



**UNIVERSIDAD
CATÓLICA DE CUENCA**
COMUNIDAD EDUCATIVA AL SERVICIO DEL PUEBLO

UNIDAD ACADÉMICA DE ADMINISTRACIÓN.

CARRERA DE INGENIERIA EMPRESARIAL.

TÍTULO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Modelo de negocios de inversión y gerenciamiento de la ruta turística anclada al Libertador
Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.

TRABAJO DE TITULACIÓN

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

INGENIERA EMPRESARIAL.

NOMBRE DEL ESTUDIANTE:

María José Peñaloza Urgiles

Director:

Ing. Florencio Iván García Álvarez. MBA

Año:

Azogues-2018

Declaración

Yo, María José Peñaloza Urgiles, declaro bajo juramento que el trabajo aquí descrito es de mi autoría; que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

MARÍA JOSÉ PEÑALOZA URGILES.

Certificación

Certifico que el presente trabajo fue desarrollado por María José Peñaloza Urgiles, bajo mi supervisión.

Ing. Iván García Álvarez MBA.

DIRECTOR

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA.

Dedicatoria

El eje central para cumplir una meta se llama: familia. En ella surge y se retroalimenta el amor, creando una infinita marea de capacidad y dedicación. El presente trabajo de titulación se lo dedico primero a Dios por darme salud y sabiduría para poder enfrentar cada uno de mis obstáculos, a mi hija Ashley quien fue mi motor para no decaer nunca ante las adversidades que se atravesaron en mi vida estudiantil, a mi madre que sin duda fue el pilar fundamental por la cual estoy cumpliendo esta meta, a mis hermanas quienes siempre me brindaron todo su apoyo para que pudiera seguir estudiando y no desistiera jamás. Por último, a mis docentes quienes me dotaron de toda su sabiduría fortaleciendo mi educación en aras de una sociedad participativa y democrática, cada una de estas personas han hecho posible mi superación personal y profesional.

Agradecimiento

Expreso mi agradecimiento a la Universidad Católica de Cuenca Sede Azogues por la oportunidad que nos otorga a nosotros como estudiantes en el anhelado fin de conseguir los sueños de superación.

A las Instituciones Educativas que brindaron apertura para la investigación de este trabajo. A mi tutor Ing. Iván García Álvarez y a mi docente Ing. Juan Bautista Solís por la dedicación, paciencia y ayuda que me brindaron mediante la realización de este trabajo de titulación. Y por último a mis compañeras y amigas quienes me acompañaron en este recorrido estudiantil y me brindaron ayuda cuando la necesité.

Índice de contenido

Declaración	2
Certificación	3
Dedicatoria	4
Agradecimiento	5
Índice de contenido	6
Lista de ilustraciones	11
Lista de gráficos	12
Lista de tablas	13
Lista de anexos	16
Capítulo I	19
Bases teóricas	19
1. Teoría de sobre el modelo de gestión financiera	19
2. Teoría sobre modelos de negocios	19
3. Teoría de la economía popular y solidaria	20
4. Teoría sobre la responsabilidad social empresarial	21
5. Teoría sobre el turismo cultural	22
5.1 Turismo	22
5.1.1 Turismo cultural	23
5.1.2 Actividad turística en el Ecuador	24
5.2 Turista	24
5.3 Operador turístico	25

5.4	<i>Paquete Turístico</i>	25
5.5	<i>Producto turístico</i>	26
6.	<i>Teoría sobre las rutas turísticas</i>	26
6.2.1	<i>Loja</i>	32
6.2.2	<i>Cuenca</i>	32
6.2.3	<i>Azogues</i>	33
6.2.4	<i>Cañar</i>	33
7.	<i>Teoría sobre investigación de mercados</i>	34
7.1	<i>Demanda</i>	34
7.2	<i>Oferta</i>	35
7.3	<i>Demanda potencialmente insatisfecha</i>	35
7.4	<i>Precio</i>	36
7.5	<i>Comercialización</i>	36
8.	<i>Teoría sobre estudio técnico</i>	37
8.1	<i>Localización óptima</i>	37
8.2	<i>Tamaño óptimo de la planta</i>	37
8.3	<i>Ingeniería del proyecto</i>	37
8.4	<i>Estructura organizacional</i>	38
8.5	<i>Marco Legal</i>	38
9.	<i>Estudio De Factibilidad</i>	38
9.1	<i>Factibilidad financiera</i>	38
9.2	<i>Inversión</i>	39
9.3	<i>Costos</i>	40

9.4 Ingresos	42
9.5 Estado de resultados.....	42
9.6 Estado de situación financiera	43
10. Teoría de evaluación de proyectos de inversión	43
10.1 Tasa Interna de Retorno (TIR).....	44
10.2 Valor presente neto (VPN o VAN)	44
10.3 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)	44
11. Teoría sobre la gestión de proyectos.....	45
Enfoque metodológico	46
1 Problema de investigación	46
1.1 Antecedentes.....	47
1.2 Justificación	47
1.3 Preguntas Iniciales Del Investigador	47
1.4 Objetivo General	48
1.5 Objetivo Específico:	48
2 Resumen ejecutivo	49
2.1 Argumentación Teórica	49
2.2 Viabilidad metodológica de modelo de negocios	49
2.3 Conclusiones	49
3. Enfoque metodológico.....	50
4. Marco Administrativo	55
4.1 Presupuesto	55
4.2 Cronograma	56

5. Opinión de expertos.....	57
Capítulo III	58
Diseño del modelo de negocios y gerenciamiento	58
2 Fundamentos del proyecto	58
1.1 <i>Idea empresarial y alcance</i>	58
1.2 <i>Objetivos</i>	58
1.3 <i>Antecedentes</i>	59
1.4 <i>Justificación y requerimientos a satisfacer</i>	60
1.5 <i>Mercado objetivo.</i>	61
1.6 <i>Ventajas competitivas y/o ventajas comparativas</i>	62
2 Estudio de mercado	62
2.1 <i>Objetivos</i>	62
2.2 <i>Definición del servicio</i>	63
2.3. <i>Demanda</i>	64
2.3 <i>Demanda potencial insatisfecha</i>	69
2.4 <i>Precios</i>	70
2.5 <i>Comercialización</i>	70
3 Estudio técnico.....	80
3.1 <i>Objetivos</i>	80
3.2 <i>Localización óptima</i>	80
3.3 <i>Ingeniería del proyecto</i>	82
3.4 <i>Distribución interna (layout)</i>	86
3.5 <i>Estructura organizacional</i>	87

3.6. Marco legal y factores legales relevantes.....	92
4. Estudio económico y financiero.....	96
4.1 Objetivos	96
4.2 Inversión inicial	96
4.3 Plan de prestación de servicios.....	98
4.4 Gastos	99
4.5 Ingresos	101
4.6 Financiamiento	103
4.7 Estado de Resultados	105
4.8 Estado de situación financiera proyectado	106
4.9 Flujo de caja proyectado.....	107
5. Evaluación económica y financiera.....	108
5.1 Objetivo.....	108
6. Gestión del Proyecto.....	110
6.1 Objetivos	110
6.2 Pasos de la gestión integral	110
7. Conclusiones generales y recomendaciones.....	116
8. Bibliografía.....	118
Anexos.....	128

Lista de ilustraciones

Ilustración 1	Simón Bolívar	128
Ilustración 2	Ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar.....	128
Ilustración 3	Lugares turísticos de Loja.....	129
Ilustración 4	Lugares turísticos de Cuenca.....	129
Ilustración 5	Lugares turísticos de Azogues.....	130
Ilustración 6	Lugares turísticos de Cañar.....	130
Ilustración 7	Página de Mochileros Ecuador.....	135
Ilustración 8	Página Hospedaje Mochileros Turismo Ecuador.....	136
Ilustración 9	Página Mochileros de Argentina.....	136
Ilustración 10	Página en la que se realizaron las encuestas.....	137
Ilustración 11	Logotipo de la empresa.....	73
Ilustración 12	Itinerario de visita del paquete turístico “Complete Libertador”.....	73
Ilustración 13	Página web de la organización.....	76
Ilustración 14	Red social de la empresa.....	77
Ilustración 15	Tríptico turístico.....	78
Ilustración 16	Ubicación de la operadora turística “Bolívar Trips”.....	81
Ilustración 17	Vista frontal y lateral izquierda "Bolívar Trips".....	87
Ilustración 18	Publicidad de emprendimiento para microempresas “Cooperativa Cacpe”..	165

Lista de gráficos

Gráfico 1 Diagrama de flujo del proceso del servicio turístico.....	84
Gráfico 2 Organigrama de la operadora turística “Bolívar Trips”.....	88
Gráfico 3 Pregunta 1.....	138
Gráfico 4 Pregunta 2.....	139
Gráfico 5 Pregunta 3.....	139
Gráfico 6 Pregunta 4.....	140
Gráfico 7 Pregunta 5.....	141
Gráfico 8 Pregunta 6.....	142
Gráfico 9 Pregunta 7.....	143
Gráfico 10 Pregunta 8.....	144
Gráfico 11 Pregunta 9.....	145
Gráfico 12 Pregunta 10.....	146
Gráfico 13 Pregunta 11.....	147
Gráfico 14 Pregunta 12.....	149
Gráfico 15 Pregunta 13.....	149
Gráfico 16 Pregunta 14.....	149
Gráfico 17 Pregunta 15.....	150
Gráfico 18 Pregunta 16.....	151
Gráfico 19 Pregunta 17.....	153
Gráfica 20 Pregunta 18.....	153
Gráfica21 Pregunta19.....	154
Gráfica 22 Pregunta 20.....	155
Gráfico 23 Gestión integral de la operadora de turismo “Bolívar Trips”	111

Lista de tablas

Tabla 1 Métodos, técnicas e instrumentos.....	51
Tabla 2 Matriz de pertinencia y relevancia.....	52
Tabla 3 Perfil o gran visión del modelo de negocios.....	53
Tabla 4 Presupuesto.....	55
Tabla 5 Cronograma.....	56
Tabla 6 Calculo del tamaño de la muestra.....	65
Tabla 7 Demanda Anual de los turistas nacionales y extranjero.....	66
Tabla 8 Oferentes turísticos de la ciudad de Azogues.....	68
Tabla 9 Proyección anual de la oferta.....	69
Tabla 10 Determinación de la demanda potencialmente insatisfecha.....	69
Tabla 11 FODA de la organización.....	71
Tabla 12 Factores que determinan la localización de la planta.....	81
Tabla 13 Tamaño óptimo.....	82
Tabla 14 Representaciones del diagrama de flujo.....	83
Tabla 15 Cotización de equipos.....	86
Tabla 16 Cotización de mobiliarios.....	86
Tabla 17 Inversión inicial.....	96
Tabla 18 Cronograma de inversiones.....	97
Tabla 19 Depreciación.....	97
Tabla 20 Plan de prestación de servicios.....	98
Tabla 21 Gastos que tendrá la operadora turística “Bolívar Trips”.....	99
Tabla 22 Capital de trabajo detallado.....	101
Tabla 23 Precio del Paquete turístico “Complete libertador”	102

Tabla 24	Ingresos por ventas.....	103
Tabla 25	Amortización de la deuda de la operadora turística “Bolívar Trips”.....	104
Tabla 26	Estado de resultados integrales.....	105
Tabla 27	Estado de situación financiera	106
Tabla 28	Flujos de caja.....	107
Tabla 29	Valor actual neto.....	109
Tabla 30	Tasa interna de retorno.....	109
Tabla 31	Actividades de iniciación.....	112
Tabla 32	Actividades de planificación.....	113
Tabla 33	Actividades de ejecución.....	113
Tabla 34	Actividades de supervisión y control.....	114
Tabla 35	Actividades de cierre.....	115
Tabla 36	Género de los encuestados.....	138
Tabla 37	Edad de los encuestados.....	138
Tabla 38	Lugar de procedencia.....	139
Tabla 39	Motivo del viaje.....	140
Tabla 40	Vista por motivos de turismo a las ciudades: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.....	141
Tabla 41	Medio por el que ha viajado.....	142
Tabla 42	Nivel de aceptación por parte de los turistas a la nueva ruta turística.....	143
Tabla 43	Frecuencia en que los turistas visitan una ruta turística.....	143
Tabla 44	Temporadas factibles para que visiten la ruta turística del libertador.....	144
Tabla 45	Tiempo en el que les gustaría conocer la ruta del libertador.....	145
Tabla 46	Actividades que les gustaría realizar en el tour.....	146
Tabla 47	Con quien o quienes visitarían la Ruta del Libertador.....	147
Tabla 48	Número de personas con las que viajarían.....	148
Tabla 49	Nivel de ingresos.....	149

Tabla 50	Formas de pago en las que prefieren utilizar este tipo de distracción.....	150
Tabla 51	Tipo de alojamiento que les gustaría recibir a los turistas mediante el tour.....	151
Tabla 52	Costo por día que estarían dispuestos a pagar los turistas por el tour.....	152
Tabla 53	Medios por los cuáles les gustaría saber de nuestros servicios.....	153
Tabla 54	Medio por el que le gustaría recibir a los turistas el servicio de preventa.....	154
Tabla 55	Servicio adicional que sugeriría el turista para la actividad de servicios.....	155
Tabla 56	Detalle de la inversión inicial.....	156
Tabla 57	Detalle de sueldos del área administrativa (Gerente).....	157
Tabla 58	Detalle de sueldos del área administrativa (Counter).....	157
Tabla 59	Detalle de sueldos de guía turístico.....	158
Tabla 60	Detalle de gastos de oficina.....	158
Tabla 61	Detalle de gastos de ropa de trabajo.....	158
Tabla 62	Detalle de gastos de servicios básicos.....	159
Tabla 63	Detalle de gastos de Mantenimiento.....	159
Tabla 64	Detalle de gastos de Alimentación.....	160
Tabla 65	Detalle de gastos de Hospedaje.....	161
Tabla 66	Detalle de gastos de entrada a museos y sitios arqueológicos.....	162
Tabla 67	Detalle de gastos de Material didáctico.....	164
Tabla 68	Detalle del flujo de caja.....	166

Lista de anexos

Anexo 1 Simón Bolívar.....	128
Anexo 2 Ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar.....	128
Anexo 3 Lugares turísticos de Loja.....	129
Anexo 4 Lugares turísticos de Cuenca.....	129
Anexo 5 Lugares turísticos de Azogues.....	130
Anexo 6 Lugares turísticos de Cañar.....	130
Anexo 7 Encuestas aplicadas.....	131
Anexo 8 Manera en la que se efectuaron las encuestas.....	135
Anexo 9 Tabulaciones de la encuesta.....	138
Anexo 10 Detalle de la inversión inicial.....	155
Anexo 11 Gastos detallados.....	156
Anexo 12 Gastos detallados del paquete turístico “Complete Libertador”	159
Anexo 13 Publicidad de emprendimiento para microempresas “Cooperativa Cacpe”.....	165
Anexo 13 Detalle del flujo de caja proyectado.....	166

Resumen

El presente trabajo de titulación de enfoque cuantitativo y de tipo exploratorio y descriptivo resuelve la situación problemática del entorno *¿Existe un modelo de negocio para la gestión y aprovechamiento de la ruta turística bolivariana: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar?* y constituye la salida idónea a la investigación formativa de la carrera de Ingeniería Empresarial, en el primer capítulo se explora las teorías que soportan las características del entorno de la unidad de análisis en este apartado se encuentran las siguientes teorías conseguidas de bases científicas digitales como Redalyc.org, Tylor y Francis, Scopus, etc.; Teoría de modelos de negocio, teoría del emprendimiento, teoría de la economía popular y solidaria, teoría del turismo religioso, teoría sobre investigación de mercados, teoría en base a la organización y marco legal, teoría sobre estudio técnico, teoría referente estructura económica y financiera de proyectos de inversión, teoría de evaluación de proyectos de inversión, teoría de gerenciamiento. En el capítulo II se describe el encuadre metodológico que responde al método científico. Se va desde lo general a lo particular. Es decir, desde los planos teóricos, el problema de investigación, los protocolos normativos a la realidad concreta. Se retroalimentan los hallazgos y se retoma a la fuente primaria que es el conocimiento acumulado. Constan también las técnicas y los instrumentos que permitirán obtener los datos de la investigación de campo, procesarlos y realizar el análisis inferencial. En el capítulo III el lector encontrará la propuesta del diseño del modelo de negocios y el gerenciamiento a nivel estratégico.

Palabras Claves: Ruta, modelo de gestión, gerenciamiento, proyecto, turista, inversión, turismo.

Abstract

The present work of qualification of quantitative approach and of exploratory and descriptive type solves the problematic situation of the environment ¿ **Is there a business model for the management and use of the Bolivarian tourist route: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar?** And it is the ideal exit to the formative research of the Business Engineering degree. The first chapter explores the characteristics that support the characteristics of the environment, the unit of analysis. In this section you will find the following tools available from digital scientific bases such as Redalyc.org. Tylor and Francis, Scopus, etc.; Theory of business models, entrepreneurship theory, theory of popular economics and social theory, religious tourism theory, theory of market research, theory based on organization and legal framework, theory of technical study, financial and financial theory of investment projects, theory of evaluation of investment projects, management theory. Chapter II describes the methodological framework that responds to the scientific method. It goes from the general to the particular. That is to say, from the theoretical planes, the problem of the investigation, the normative protocols to the concrete reality. The findings are fed back to the primary source, which is accumulated knowledge. They also include the techniques and instruments that obtain the data from the field research, review and perform the inferential analysis. In chapter III, the reader, the proposal of the design of the business model and the strategic level management.

Keywords: Route, management model, management, project, tourist, investment, tourism.

Capítulo I

Bases teóricas

1. Teoría de sobre el modelo de gestión financiera

La Gestión Financiera es la actividad que se realiza dentro de una organización y que está encargada de planificar, organizar, dirigir, controlar, monitorear y coordinar todo el manejo de los recursos financieros con el fin de generar mayores beneficios y/o resultados. El objetivo es hacer que la organización se desenvuelva con efectividad, apoyar a la mejor toma de decisiones financieras y generar oportunidades de inversión para la organización.

La Gestión Financiera en si es la acción de administrar y hacer diligencias conducentes al logro de un negocio; coloca al empresario frente a un estilo gerencial más dinámico, orientado a los resultados (Velasquez C, 2013). Este modelo pretende ayudar a las organizaciones a determinar que estructura financiera le conviene alcanzar a lograr, para beneficiarse de lucro.

2. Teoría sobre modelos de negocios

El modelo de negocios en si es un plan previo al plan de negocio que define qué vas a ofrecer al mercado, cómo lo vas a hacer, quién va a ser tu público objetivo, cómo vas a vender tu producto o servicio y cuál será tu técnica para generar ingresos. (Gestron.es, 2017)

En sí, es plasmar en un documento cómo vas a establecer, desarrollar y capturar valor. Un pequeño enfoque de todo lo que puede ser tu statu en un futuro y los distintos aspectos sobre los que se va a fundar toda tu empresa. Sería como los pilares de un gran edificio, siendo el edificio tu empresa y esos pilares el conforme modelo.

3. Teoría de la economía popular y solidaria

La economía popular y solidaria es el conjunto de actividades económicas y prácticas sociales desarrolladas por los sectores populares con miras a garantizar, a través de la utilización de su propia fuerza de trabajo y de los recursos disponibles, la satisfacción de las necesidades básicas, tanto materiales como inmateriales. En esa perspectiva, el concepto remite a dos cuestiones fundamentales:

1. Refiere a una dimensión de la economía que trasciende a la obtención de ganancias materiales y está estrechamente vinculada a la reproducción ampliada de la vida.
2. Refiere a un conjunto de prácticas que se desarrollan entre los sectores populares, manifestándose y adquiriendo diferentes configuraciones y significados a lo largo de la historia de la humanidad (ICAZA, 2013)

Por lo antes mencionado por ICAZA se entiende que estas dos cuestiones son fundamentales porque en su totalidad esta economía se creó con la finalidad de hacer una compañía donde sus socios los cuáles son en su mayoría pequeños emprendedores creen y produzcan bienes o servicios que generen ingresos los cuáles puedan ayudar a solventar los gastos de sus familias, ayudando así a erradicar la pobreza del país.

En Ecuador, la Ley de Economía Popular y Solidaria y del Sistema Financiero Popular y Solidario que está vigente desde el año 2011 conforma un gran avance y sobre todo un fuerte compromiso para la puesta en práctica de la Responsabilidad Social. Esto se da por la implementación del balance social que es un instrumento de medición de los indicadores sociales de las cooperativas financieras y no financieras, lo cual requiere una multitud de desafíos. (Luque, 2017)

La Economía popular y solidaria estará siempre comprometida con el ámbito social, puesto que esta se creó con el fin de integrar a pequeños emprendedores y ayudar a generar ingresos.

Según (Ezone, 2018), se conoce a la Economía Popular y Solidaria como “La forma de organización económica, donde sus integrantes, individual o colectivamente, organizan y desarrollan procesos de producción, intercambio, comercialización, financiamiento y consumo de bienes y servicios, para satisfacer necesidades”.

En si la economía popular y solidaria se ha caracterizado siempre por el trabajo comunitario donde su objetivo principal es el de generar ingresos, cubriendo las necesidades de los integrantes que la conforman, a través de la EPS se fomenta la exportación de productos que no son tradicionales pero que generan ingresos en divisas para el país, haciendo así que esta nueva economía ayude con la erradicación de la pobreza de nuestra población.

4. Teoría sobre la responsabilidad social empresarial

Al hablar de responsabilidad social empresarial, nos centramos en las responsabilidades que tiene la organización para quienes laboran dentro de ella, es decir tomar en cuenta a los posibles problemas sociales que se presenten convirtiéndose en guardia de la conciencia de la sociedad y en factor esencial de solución de sus problemas.

Por ello el éxito de la gestión empresarial depende de la manera en que esta sea llevada por su líderes y empresarios por lo que son los responsables de afrontar los principales problemas sociales.

La responsabilidad del directivo consiste en tratar a la empresa de acuerdo con las metas soñadas, orientándose a las reglas básicas de la sociedad escritas, también menciona que los

negocios no solamente tienen que ver con las ganancias sino también con suscitar fines sociales deseables; que tienen una conciencia social y toman en serio su responsabilidad de dar empleo.

La buena teoría administrativa indica que para cumplir dicha misión deberá procurar desarrollar y conservar su capital humano, mantener una relación proveedor – cliente de largo plazo basada en la confianza, fomentar una relación con los consumidores, para el desarrollo de proyectos comunes y de esta manera generar valor agregado para la sociedad. (Gilli)

5. Teoría sobre el turismo cultural

5.1 Turismo

La (Cámara de Comercio, 2018) hace mención a La Organización Mundial del Turismo la cual define al turismo como “Las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno natural por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos”.

El turismo es una de las proritudes económicas que más personas y recursos mueve a nivel latinoamericano y que ha alcanzado un importante nivel de especialización. En comparación con las cifras dadas por la OMT se establece que la llegada de turistas internacionales en el mundo creció un 5 % en 2013.

El turismo siempre resulta importante desde cualquier ámbito, ya sea, social, cultural o económico, ya que gracias al turismo existe un aumento en las infraestructuras y edificaciones que generan un mayor desarrollo en las áreas involucradas.

5.1.1 Turismo cultural

Según la (Sergio, 2015) menciona que “el Turismo Cultural se define como aquel viaje turístico motivado por conocer, comprender y disfrutar el conjunto de rasgos y elementos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social de un destino específico”.

El turismo cultural es una acción maravillosa y enriquecedora de la calidad de vida. Innovadora de acciones, que implican amplios sectores de la economía, las instituciones públicas y privadas, la academia y la sociedad civil. (EcuRed, 2018)

El turismo en la actualidad ya no es un producto de lujo sólo para personas con tiempo libre y recursos económicos, sino que es una necesidad e, incluso un derecho que ayuda, al desarrollo de las regiones y países.

La vinculación entre turismo y cultura tiene como resultado el denominado turismo cultural, en el cual el conocimiento de monumentos y sitios históricos se enlaza con la inmersión en la historia cultural y natural, y con el conocimiento de las artes, de la filosofía y de la forma de vida de los distintos pueblos.

Por lo que actualmente el turismo cultural preserva el patrimonio cultural y turístico de cada país relacionando tres elementos -patrimonio, turismo y cultura- que son difíciles de igualar, ya que mientras que el turismo se ha considerado una actividad eminentemente económica, el patrimonio es una riqueza no renovable que no puede considerarse un producto clásico de consumo. Es por esto que es necesaria la búsqueda de estrategias encaminadas a fomentar el desarrollo del turismo cultural, no solamente como motor económico de los lugares, sino también como conservador de los valores y del patrimonio cultural de las naciones, desde una perspectiva que garantice el respeto y la subsistencia de los mismos

mediante un mayor conocimiento entre los turistas, e intercambios interculturales fructíferos que ayuden al desarrollo económico, cultural y social de los países y pueblos.

5.1.2 *Actividad turística en el Ecuador*

Ecuador es un país pequeño ubicado en América del Sur, colindante con países ricos en turismo por el norte con Colombia y por el sur con Perú, pero este no se queda atrás convirtiéndose en destino líder dentro de la cartera de oferta turística de muchos países por su diversidad de paisajes, culturas, tradiciones y arqueología que se aglomeran en 283 mil 560 kilómetros cuadrados, divididos en 24 provincias. Es llamado el país de los cuatro mundos porque cuenta con la región literal, interandina, oriental e insular.

Según el (Ministerio de Turismo), Ecuador es considerado uno de los destinos básicos dentro de una ruta turística por su diversidad de regiones y por consiguiente culturas y tradiciones; solo en el año pasado, según datos obtenidos en el portal web del Ministerio de Turismo, arribaron aproximadamente un millón 617 mil 914 turistas; la cifra creció un 14% con respecto al año anterior al de cuestión cristalizándose así en el año de mayor valor productivo, seguido del año 2014 en donde se registró el ingreso de un total de un millón 556 mil 991 turistas.

Actualmente, el turismo en el país es una actividad importante y generadora de riqueza, principalmente desde que se acogió como moneda oficial el dólar, lo que acarreó consigo la presencia de miles de extranjeros provenientes principalmente de los países anglosajones de América.

5.2 Turista

Se denomina turista a la persona que se desplaza de un lugar a otro, visitantes que se detienen en un medio de alojamiento, siendo este colectivo o privado en el lugar visitado por lo menos una noche. (SECTUR, SECTUR, 2015)

De esta manera puede entenderse que un turista es aquel que se moviliza a otro lugar consumiendo servicios y transportes de otras ciudades, regiones o países, siendo este personaje el destinatario de la actividad económica.

5.3 Operador turístico

Para (City Of Hotels, 2017) un operador turístico es “la persona o a las agencias de viajes, que son las principales encargadas de poner a la venta los paquetes turísticos”. Éstos son esmeradamente elaborados de acuerdo con las necesidades del cliente y puestos en oferta con mucha prelación. Todo para proporcionar al turista la estructura de sus vacaciones, pronosticando importantes detalles, como lo son hotelería, el transporte y la gastronomía.

5.4 Paquete Turístico

Para (Paroaqui.net, 2018) un paquete turístico es un “Producto que se comercializa de forma única y que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se abona un precio, dentro del cual el consumidor no es capaz de establecer un precio individual para cada servicio que se le presta”.

(SECTUR, GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA, 2017), menciona a Serra (2002) que hace referencia a la existencia del paquete turístico como referencia importante en la historia moderna del turismo, en especial en relación con los viajes vacacionales y de ocio ofertados mayoritariamente en épocas estivales o tradicionalmente festivas. Se define como una combinación de elementos individuales del producto turístico total, comercializado bajo una denominada marca y ofrecido al consumidor a un precio único que incluye todos los distintos componentes.

Un paquete turístico en general es un conjunto de servicios turísticos que se venden a los viajeros o a Agencias de viajes, y por lo general estos paquetes cuentan con transporte, alimentación alojamiento entre otros servicios.

5.5 Producto turístico

Es el conjunto de bienes y servicios que se ofertan al mercado de manera individual o en una extensa gama de composiciones que resultan de las necesidades, requerimientos y deseos del turista. En lo que se relaciona a la producción de productos turísticos se destaca el proceso especial de tres tipos de actividad turística productiva como son: La producción de bienes, los operadores turísticos y los operadores turísticos. (SECTUR, gob.mx, 2015)

Lo esencial está en comprobar el carácter completo de un producto turístico, se debe ubicar la zona de estudiada intrínsecamente de este contexto, pues, lo que se debe vender es el sueño la emoción y el anhelo de una nueva experiencia, equivalente a los componentes específicos de dicho destino.

6. Teoría sobre las rutas turísticas

Las Ruta turística son productos turísticos que están basados en un recorrido que es presentado con anterioridad y brinda una orientación a los consumidores sobre las actividades que llevará a cabo en un destino. Las mismas están constituidas por un conjunto de elementos integrales que son ofertados en el mercado turístico.

Se considera como ruta turística un itinerario seguido a partir de un sitio de partida en una determinada dirección, para recorrer un espacio que tiene un sitio final o una llegada, lo que le permitirá percibir una experiencia de viaje.

Él (Periódico Victoria, 2018) nos dice que una ruta turística es un recorrido trazado para que el turista visite determinada zona de interés turístico, o atractivos turísticos específicos,

que la componen. Se conocen 2 tipos de rutas: Las circulares, y las punto a punto o lineales, cuyas etapas están determinadas por los atractivos turísticos en sí.

Las Rutas turísticas son esenciales para el desarrollo económico del país ya que gracias a ellas vienen otras personas de diferentes nacionalidades a recorrer cada una de ellas y esto hace que consuman nuestros productos y servicios y que a base de esto halla beneficio lucrativo.

Tal como menciono Glare Gunn investigador Norte Americano en una de sus revistas de turismo a menos que haya lugares interesantes, divertidos y que valga la pena visitar, no hay necesidad de los servicios de hospedaje y comida.

(Diego, Navarro, 2015)En su artículo hace mención a Aserena quien identifica los atractivos turísticos como “el componente más importante del producto turístico «por cuanto son los que determinan la selección, por parte del turista, del punto del destino de su viaje, y son los que generan por tanto, una corriente turística hacia su localización”. Apunta asimismo que «constituyen el principal motivo para que el turista lo visite al destino» y «son capaces de satisfacer las motivaciones primarias de viaje de los turistas» (1984: 211 y 213).

Es decir que se debe tomar en cuenta que los recursos turísticos son elementos básicos para desarrollar atractivos turísticos y ganarle a la competencia, pues en la mayoría de las circunstancias los recursos turísticos motivan el desplazamiento del turista.

6.1 Ruta turística cultural anclada al Libertador Simón Bolívar. Caso: Loja, Cuenca, Azogues y Cañar.

Antes de hablar sobre la ruta turística anclada en el Libertador Simón Bolívar (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar), es necesario dar a conocer quien es Simón Bolívar, y porque están importante y reconocido en el país.

Simón Bolívar nació el 24 de julio de 1783 en Santa María y falleció el 17 de diciembre de 1830, fue un militar además de ser un político venezolano, fundó las repúblicas de la Gran Colombia y también de Bolivia, siendo considerado uno de los hombres más importantes de la emancipación americana frente a la colonización española. Bolívar es considerado “el hombre de América” debido a sus labores y las ideas que tuvo, puesto que formaron parte de grandes revoluciones y cambios en toda América y también en la historia universal. (Respuestas.tips, s.f.).

El artículo científico de la Universidad Católica de Cuenca –Sede Azogues (Vicuña et al., 2018) en primera instancia aporta una cronología de cartas del Libertador Simón Bolívar que establecen con precisión un importante tramo histórico en lo que hoy es Ecuador y que comprende los meses desde julio de 1822 hasta julio de 1823: Ahora bien, Quito la ciudad histórica que en la gloriosa jornada del veinte y cuatro de mayo de mil ochocientos veinte y dos había sido libertada por el invicto Sucre y sus tenientes, el dieciséis de junio de mil ochocientos veinte y dos. El Libertador que no cejaba en sus empeños de libertad a América, se propuso marchar al Perú para acabar con la dominación monárquica, resolviendo recorrer personalmente el Sur de Ecuador, es decir: Cañar, Azuay, Loja para darse cuenta exactamente del número de soldados y de elementos de guerra. Esta resolución fue confirmada por el gobernador de Cuenca, quien acudió el once de julio a Guayaquil a donde arribó el protector del Perú General José de San Martín, para el histórico encuentro con Bolívar.

En Guayaquil se ocupó el Libertador de organizar la administración e incorporar definitivamente ese Departamento a la Gran Colombia. Terminadas esas labores salió el Libertador de Guayaquil, el domingo uno de septiembre y llegó ese mismo día a la Boca del Estero, orillas del río Naranjal. Luego camino a Cuenca. Durante los ocho días que permaneció en la ciudad, se ocupó de organizar la administración civil, eclesiástica y militar,

los ramos de justicia e instrucción pública. Según el Centro de Estudios Históricos y Geográficos de Cuenca, se ofreciera sentido homenaje al Libertador, consistente en la colocación de placas de mármol en los sitios y casas por donde pasó y se alojó el Libertador en su recorrido por Cuenca. La primera fue, en la Casa de Gobierno (Municipio de Cuenca) con frente a la Casa de Armas (Parque Calderón) a donde llegó el ocho de septiembre. La segunda, en Chaguarchimbana, al este de Cuenca, en donde se alojó por varios días, a partir del dieciséis de septiembre. Al respecto se recogen algunos de los textos: “Por aquí pasó... BOLIVAR, el LIBERTADOR... Benditos sean sus pasos... benditas sean sus huellas, las huellas benditas por las plantas del Libertador que santificaron esta tierra... Por eso, de sus surcos siempre germinó la libertad, porque ellas aplastaron para siempre la mala simiente, la de la tiranía...”.

El día ocho de septiembre de mil ochocientos veinte y dos, el Libertador, llega a Cuenca, a las diez de la mañana y escribe al General Francisco de Paula Santander: “Hace pocos días que llegué aquí, habiendo sido bien recibido y magníficamente obsequiado. La gente parece buena, aunque todos no dicen lo mismo; el país parece miserable, porque carece de todo, menos de granos, que los hay en abundancia, pero sin medios de transportarlos. Aquí el clero es todo, y los indios, nada, porque son pobres y pocos, de suerte que se asegura que no hay dónde hacer más recluta, después de que dio la provincia lo que pudo a nuestro ejército...” (596, Pág. 681, V. L). El veinte y nueve de octubre de mil ochocientos veinte y dos termina su estadía en Cuenca, Bolívar pide al General Carlos Soublette- allá en Colombia- que le permita a José de Heres, ir a Angostura a vivir en el seno de su familia...Parte con rumbo al norte pasando por Chuquipata y Azogues, el treinta de octubre de mil ochocientos veinte y dos.

De regreso al norte, el Libertador salió de Cuenca el treinta de octubre de mil ochocientos veinte y dos. Almorzó en Chuquipata, en casa del patriota cura Francisco Xavier Aquilino

Loyola y Prieto. Llegó el mismo día en Azogues, hospedándose en la Quinta La Playa, propiedad del coronel Juan Francisco Carrasco Belasco, luego fue propiedad de las hermanas de La Providencia.

El Histórico hallazgo, le corresponde a (León, 1998) se trata de seria investigación documental y basándose en la obra Cuenca en Pichincha de Alfonso María Borrero. El Libertador marchó por Loja, el día 4 de octubre. Estuvo de regreso en Cuenca el 25, y el 30 del mismo mes de 1822, salió de esta ciudad y llegó Azogues”. Pág. 538. Memorable cita, que habiendo inquietado notablemente a la Municipalidad de Azogues, lo deja perenne en la memoria colectiva. Rescate de un Esfuerzo Investigativo, editada por la Casa de la Cultura Núcleo del Cañar, 1998, pág. 140 dice: “El paso de Bolívar: En la Playa Sur de Azogues (lado occidental) demora el barrio popular de “Bolivia”. Este nombre tiene la siguiente razón histórica: Simón Bolívar, luego de recibir los homenajes de gratitud que los pueblos del Ecuador le rindieron, por conseguirles la libertad en la Cima del Pichincha, regresaba ya para Quito, después de recorrer el largo itinerario: Pasto – Quito- Riobamba- Guayaquil- Cuenca y Loja. Al pernoctar en Azogues, donde llegó en la tarde del 30 de octubre de 1822.

En la línea de los actos legislativos, el Ilustre Concejo Cantonal de Azogues, mediante el Órgano Legislativo, con fechas 25 de julio; y, 1 de agosto de 2013, conoció y aprobó en primero y segundo debate Ordenanza que Norma los Actos Celebrativos de Fundación, Presencia del Libertador Simón Bolívar en Azogues, Declaratoria Patrimonial, Independencia de San Francisco de Peleusí de Azogues. En la exposición de motivos, tercer considerando expresa: “Que, en el Camino Heroico de Bolívar, el Libertador visitó Azogues, el 30 de octubre de 1822 y se alojó en la Quinta “La Playa” descansando en su largo camino para conquistar la libertad y la independencia de América, Azogues es fiel al recuerdo de Bolívar”. 1783-1983. Gobierno del presidente Osvaldo Hurtado Larrea”. (Texto de la Placa colocada en

la Quinta La Playa). El Art. 2, en la parte pertinente señala: “...30 de octubre de 1822, presencia del Libertador Simón Bolívar en Azogues...”. El Art. 5, dispone: “Se institucionaliza el peregrinaje “Encuentro con la Libertad”, desde el Barrio “Bolivia” hasta el Centro de Cultura Municipal, ubicado en el sector del Parque Infantil, presidido por las autoridades civiles, militares, policiales y eclesiásticas, el 30 de octubre de cada año, para exaltar el hecho histórico de presencia del Padre de la Libertad Americana, Simón Bolívar, en la Quinta “La Playa” que lo alojó. Se desarrollará un acto académico sobrio, con la presencia de un orador bolivariano invitado”. Eríjase un monumento cuerpo entero a Simón Bolívar, en el espacio público que refiere el inciso anterior.

Cada treinta de octubre en Azogues, se celebra el Encuentro con la Libertad. El primero fue el 30 de octubre de 2013 con la presencia la gallarda juventud, la escenificación con el grupo de caballería del cuartel Dávalos, los granaderos de Tarqui. En el Centro de Cultura Municipal “Vicente Cayamcela Coronel” hallase impregnada la placa conmemorativa de la presencia de Bolívar en Azogues; así como también un mural pintado por los artistas Edmundo Montoya y Fernando Guerrero. Es propio creer que, a futuro, la otra resolución relativa al monumento se convertirá en realidad. Muchas ciudades de Ecuador ostentan orgullosas monumentos de Bolívar y Azogues también lo hará para conmemorar la gesta independista de la zona y la gloria que vivió con la presencia del Libertador en su suelo. En muchos lugares del mundo la imagen de Prohombre luce con singular armonía y es propio, más propio todavía, que en los sectores por donde transitó se le recuerde como corresponde. (Véase ilustración 1 en anexo 1)

El treinta y uno de octubre de mil ochocientos veinte y dos, Simón Bolívar llegó a Cañar y se hospedó en Casa del Patriota Miguel del Pino (Talbot, 1942 Op. Cit.). Los 2 kilómetros recorridos desde que salió de Bogotá a Quito, Guayaquil, Cuenca, Loja y su regreso hasta

Cañar, término septentrional del Departamento del Azuay, alcanza los tres mil trescientos setenta y siete (3.377 Km) y si cerramos el viaje hasta Quito habría recorrido unos tres mil seiscientos noventa y seis (3.696 Km). (Véase ilustración 2 en anexo 2)

6.2 Identificación del Turismo en las Ciudades: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.

6.2.1 Loja

Loja, conocida también como "Cuna de la Música Nacional", está llena de riqueza, cultura y tradición. Cada rincón ofrece múltiples posibilidades de conocimiento, recreación y vivencias.

Se caracteriza, por su religiosidad y su devoción a la Virgen de El Cisne. Cómo principales centros de atracción turística resaltan las catedrales de la ciudad de Loja, Santuario de El Cisne, los valles de Vilcabamba y Malacatos, Bosque Petrificado de Puyango, Florecimiento de los Guayacanes en Mangahurco, Bolas pamba y Cazaderos. Saraguro, donde habitan el Saraguro que han logrado mantener ejemplarmente su cultura y sus tradiciones. Parque Nacional Podocarpus, con sus bosques centenarios, se pueden visitar las lagunas del Compadre, la Campaña y Margarita. (ViajandoX, 2018)

La provincia de Loja ha desarrollado una gastronomía única, entre los platos típicos tenemos: seco de chivo, cecina lojana, sango, repe, gallina, cuyes de San Juan de El Valle, humitas y el tamal lojano.

Loja es una ciudad que cuenta con paisajes y lugares hermosos, impresionantes lugares turísticos, pero a pesar de la gran demanda de turismo que existe en la misma, no es aprovechada en su totalidad turísticamente, ya que hay algunos lugares que no son muy explotados, y por ende muchos viajeros no conocen. (Véase ilustración 3 en anexo 3)

6.2.2 Cuenca

La ciudad de Cuenca se encuentra a 2.538 m. s y tiene una población aproximada de 580.000 habitantes. Su superficie es de 15.730 hectáreas y presenta un clima con temperaturas que oscilan entre los 14°C y los 18°C, durante todo el año. El valle en el que se sitúa está determinado por sistemas montañosos de excepcionales características y presenta un sistema hidrográfico conformado por cuatro ríos principales: Tomebamba, Yanuncay, Machángara y Tarqui que atraviesan la ciudad de oeste a este. (Turismo Cuenca, 2018)

La riqueza de su arquitectura y cultura en general merecieron a Cuenca el nombramiento de Patrimonio Cultural de la Humanidad, el 1 de diciembre de 1999. El Centro Histórico, con cerca de 200 hectáreas, está formado por la zona residencial más antigua. Aquí encontramos una gran cantidad de edificaciones de estilo colonial y republicanas de gran hermosura; la zona arqueológica; los barrios artesanales, los mercados centrales; el Barranco del Tomebamba con el Paseo 3 de noviembre y varios sitios de importancia paisajística y cultural que muestran el porqué de la declaratoria como ciudad Patrimonio Cultural”. (Véase ilustración 4 en anexo 4)

6.2.3 Azogues

(AZOGUES, 2018), *la ciudad de Azogues*, cuenta con infraestructura turística de calidad, para que el visitante disfrute de una experiencia inolvidable, en esta maravillosa tierra de mil encantos por descubrir. En esta ciudad se mantienen las Tradiciones expresadas a través de la danza, música, artesanías, entre otras Que las podrán admirar en sus parroquias. (Véase ilustración 5 en anexo 5)

6.2.4 Cañar

“El cantón Cañar posee toda la riqueza arqueológica y los vestigios de la historia del pueblo Cañarí. El 26 de enero del 2001, consiguió la denominación de "Capital Arqueológica del Ecuador", pues aquí se encuentra el Complejo Arqueológico de Ingapirca, convertido en el centro de atracción de estudiosos de la historia y de turistas.

Se caracteriza por la talabartería, que consiste en la elaboración de elementos en cuero y suela, como monturas y cinturones. La expresión del arte se desarrolla en las hábiles manos de su gente, en esta excelente artesanía que es muy apreciada a nivel nacional. (Viajando, 2018)

Sus lugares culturales son: Complejo Arqueológico de Ingapirca, (Camino del Inca), Museo Etnográfico y Arqueológico de Guantug, Ruinas de Cerro Narrío, Ruinas de Culebrillas, Ruinas de Shungumarca, Textiles de Cañar, otros. (Véase ilustración 6 en anexo 6)

7. Teoría sobre investigación de mercados

La investigación de mercados es una herramienta administrativa que estudia y acumula información recolectada sobre la conducta de los consumidores para hacer un sondeo de las preferencias de compra así como también del alcance de aspectos culturales, sociales, ambientales, etc., según Esqueda y López, (2010); Chopra y Meindl, (2007), citados en (Emilio Argote, Vargas, & Villada, 2013)

Es un proceso de recopilación, y análisis de información, respecto a temas que están afines con la mercadotecnia. La investigación de mercados ayuda a crear el plan estratégico de la empresa, preparar el lanzamiento de un producto.

7.1 Demanda

La demanda es la cantidad de bienes o servicios que los clientes pretenden adquirir en el mercado. (Economía.WS, 2018)

Para (Banrepcultural, 2017) la demanda es la instancia que una familia, una empresa o un consumidor en general posee de un determinado producto o servicio pudiendo estar influenciada por un gran número de elementos que determinarán la cantidad de producto demandado o, incluso, si éste tiene o no demanda.

7.1.1 Demanda a partir de fuentes secundarias y terciaria

“Las fuentes secundarias y terciarias son aquellas que reúnen la información escrita que existe sobre el tema que se está investigando, ya sean estadísticas del gobierno, datos de la propia empresa y otras” (Baca Urbina, 2010). En si las fuentes secundarias y terciarias son datos procesados y transformados en información que pueden venir de textos, periódicos, revistas, artículos científicos, entre otros.

7.1.2 Demanda a partir de fuentes primarias

“Este tipo de fuentes se derivan de la actividad creativa o investigativa de los seres humanos. En muchas ocasiones, se derivan de la reacción o naturaleza documental del ser humano. Esta información puede provenir de encuestas, entrevistas, observación directa, etc.” (lifeder.com, 2018). Esta información se puede encontrar en varios formatos, tanto impresos como digitales.

7.2 Oferta

La oferta es el conjunto de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del costo, aumenta la cantidad ofrecida. (Economia.WS, 2018)

Según (Banrepcultural, 2017) “el costo es una de las condiciones fundamentales que determina el nivel de oferta de un determinado bien en un mercado. La relación entre el precio de un bien y la cantidad ofrecida de éste se puede ver detalladamente a través de la curva de oferta”.

En si la oferta es la cantidad de bienes o servicios que forman parte del mercado por medio del oferente.

7.3 Demanda potencialmente insatisfecha

La demanda potencialmente insatisfecha hace mención al porcentaje de requerimientos de productos, pudiendo ser estos bienes o servicios, que no son satisfechos por las empresas; o accedió al productor para satisfacer necesidades, pero estas no consumaron con todas sus perspectivas.

7.4 Precio

El precio corresponde al valor monetario asignado a un bien o servicio que representa elementos como trabajo, materia prima, esfuerzo, atención, tiempo, utilidad, etc.

El precio fijado por la ley de la demanda y la oferta es alterado por la existencia de monopolios, quienes, al gozar de una posición absoluta en el mercado, fijan el precio mediante la curva que maximiza el beneficio de la organización en función de los costos de producción. El precio es fijado según las metas de rentabilidad esperadas por el Monopolio. (Gerencie.com, 2017).

En general el precio de venta debe ser aquel que cubra los costos variables y el margen de contribución.

7.5 Comercialización

La comercialización es el proceso por el cual un nuevo producto o servicio se introduce en el mercado general.

La comercialización se divide en etapas, desde el inicio del producto a través de su producción en masa y la adopción. Asume el apoyo a la producción, distribución, comercialización, ventas y cliente necesario para así lograr el éxito comercial. Como estrategia, la comercialización necesita que una compañía desarrolle un plan de marketing que determine cómo el producto será suministrado al mercado y tomar la delantera previniendo obstáculos para el éxito. (Enciclopedia Financiera, 2014).

7.5.1 Estrategias de introducción al mercado

Varios autores precisan que las estrategias de introducción al mercado es la planificación de venta del producto o servicio, (Baca Urbina, 2010), especula que se fundamenta en la unión integradora de publicidad y precio. El producto en discusión puede tener características innovadoras y de calidad, pero si no es divulgado al público su venta no será constante, para la cual es indispensable conocer y decidir cuál será el nicho de mercado en el que el producto será puesto.

8. Teoría sobre estudio técnico

El estudio técnico ayuda analizar opciones tecnológicas distintas con la finalidad de producir bienes o servicios que se soliciten, permitiendo comprobar la factibilidad técnica de cada una de ellas. Este estudio debe ir en relación con el estudio de mercado puesto que es ahí donde se concibe el número de ventas requerido al que será sometido el servicio. (Meza Orozco, 2005)

8.1 Localización óptima

Tiene la finalidad de estipular el lugar más apropiado para situar el proyecto en relación diversas variables identificadas previamente, que puedan proporcionar mayor beneficio en términos sociales, y económicos.

8.2 Tamaño óptimo de la planta

El tamaño del proyecto hace mención del total de unidades producidas por periodo de tiempo definido con condiciones ya establecidas, en este también se analiza la cantidad de clientes internos con los cuales deberá contar la empresa.

8.3 Ingeniería del proyecto

Soluciona problemas como la instauración y funcionamiento de la organización. Puesto que es aquí donde se establece los recursos que serán necesarios y cuál es el proceso que se seguirá hasta entregar el bien o servicio a quien será nuestro consumidor final.

8.4 Estructura organizacional

Una vez elaborada la estructura de organización inicial, se procede a crear el organigrama funcional de la empresa para demostrar cómo quedarán estipulados los puestos y jerarquías dentro de la organización.

8.5 Marco Legal

“El marco legal proporciona las bases sobre las cuales las empresas construyen y determinan la naturaleza y alcance de la participación política. En el marco legal generalmente se encuentran leyes interrelacionadas entre sí”. (SildeShare, 2018), en si el marco legal es un conjunto de leyes y normas por el cual se regirán las organizaciones o empresas.

9. Estudio De Factibilidad

(Binary place, 2013), afirma que un estudio de factibilidad es “un análisis comprensivo que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión y si se procede su estudio, desarrollo o implementación”.

Además, comprende un análisis profundo y detallado del problema que se quiere resolver, el cual debe incluir:

- Análisis del problema
- Definición de los objetivos del proyecto
- Planteamiento y análisis de alternativas considerando la factibilidad económica.

Este estudio tiene como objetivos seleccionar la mejor alternativa de acuerdo con los fines turísticos que se tengan como meta, ayudar a preparar y facilitar estudios finales de reinversión y contribuye a las negociaciones del financiamiento del proyecto.

9.1 Factibilidad financiera

El objetivo de esta es detallar el monto de la inversión inicial requerida para comenzar la empresa, para lo cual es necesario considerar todos los gastos e inversiones que se necesitan antes de comenzar a operar. Algunos gastos pre-operativos e inversiones comunes son la compra de activos fijos, el desarrollo de un software o una página de internet, depósitos en garantía, gastos legales, gastos de remodelación y capital de trabajo inicial. Este ejercicio obligará al emprendedor a realizar las cotizaciones indispensables, para hacerse una idea clara de la inversión que requiere para comenzar (Dirección Estratégica, 2013).

Para (Finzas Proyectos, 2015) la factibilidad financiera es “una evaluación que demuestra si el negocio puede ponerse en marcha y mantenerse, mostrando evidencias de que se ha planeado cuidadosamente, contemplado los problemas que involucra y mantenerlo en funcionamiento”.

En si en otras palabras la factibilidad financiera identifica y mide cuáles son las posibilidades que realmente tiene un proyecto de generar ganancias en el ámbito financiero.

9.2 Inversión

El término inversión hace énfasis al acto de postergar el beneficio inmediato del bien invertido por la promesa de un beneficio futuro más o menos probable. Una inversión es una cantidad limitada de dinero que se pone a disposición de terceros, de una empresa o de un conjunto de acciones, con la finalidad de que se incremente con las ganancias que genere ese proyecto empresarial. (BBVA, 2017)

Se entiende entonces por inversión a cualquier vinculación de recursos líquidos a cambio de la expectativa de obtener beneficios durante un período de tiempo futuro. (Econlink, 2016)

La inversión es toda erogación de activo líquido, que tiene como objetivo conseguir un beneficio en el futuro. (Zonaeconomica, 2018)

En general la inversión se refiere a destinar recursos que tenemos disponibles, con la finalidad de que ese recurso genere un rendimiento o beneficio a futuro.

9.2.1 Depreciaciones

Por depreciación se conoce a la reducción del valor de un bien mueble o inmueble, según sea el caso, por el paso del tiempo, el periodo de uso o la actualización de tecnologías. La depreciación tiene los siguientes elementos:

- Costo inicial

Llamado también base no ajustada, es el costo instalado del activo en el que se incluye las comisiones de entrega, el precio de compra y otros costos directos depreciables en los que se incurre con el fin de preparar el activo para su empleo.

- Periodo de recuperación

Es la vida depreciable del activo en años para fines de depreciación (y del ISR). Este valor puede ser diferente de la vida productiva estimada puesto a que las leyes gubernamentales regulan los periodos de depreciación y recuperación permisibles.

- Tasa de depreciación

Llamada también tasa de recuperación, es la parte del costo inicial que se excluye cada año por depreciación. Esta tasa puede ser igual cada año, designándose también tasa en línea recta, puede también ser distinta para cada año del periodo de recuperación.

- Valor de salvamento

El valor de salvamento es el valor considerado de mercado o de intercambio al final de la vida útil del activo. (Finanzas, 2018)

9.3 Costos

(Roman, 2012), en su obra sobre costos históricos hace mención a Cristóbal del Río Gonzáles y Ortega Pérez de León quienes dicen que los costos pueden ser la suma de recursos que se han invertido para producir algo, o que son el conjunto de pagos, consumos, obligaciones contraídas y depreciaciones atribuibles a un periodo determinado.

El mismo autor también hace mención a Juan García Colín quien clasifica a los costos de la siguiente manera:

- Costos de producción: Estos costos generan el proceso de transformar las materias primas en productos acabados.
- Costos de administración: Son los que se crean en el área administrativa, en si los que se relacionan con la gerencia y el manejo de operaciones generales de la organización.
- Costos directos: Estos costos se pueden identificar exactamente con las áreas específicas o productos terminados.
- Costos indirectos: Estos costos no se pueden identificar exactamente con los productos terminados o con las áreas específicas.
- Costos fijos: Estos son costos que permanecen constantes dentro de un periodo determinado, pero no tienen nada que ver con los volúmenes de producción o de venta.
- Costos variables: Son costos cuyo volumen son cambiantes de acuerdo con la magnitud de operaciones realizadas.

9.3.1 Presupuestos de Gastos operativos

Estos gastos permiten conservar la actividad diaria de una empresa, que no suelen estar vinculadas directamente con la producción. Estos costos se producen en el desarrollo normal del ente económico, según el objeto con el que se constituyó y registran los gastos en los que

se incurre durante el ejercicio en relación con el diseño de desarrollo de la actividad ejecutiva financiera, comercial, legal y la dirección de la gestión administrativa. (economía simple.net, 2016)

9.3.2 Capital de trabajo

El capital de trabajo es el conjunto de todos los recursos que permiten a la empresa iniciar las actividades económicas en el corto plazo de acuerdo con los métodos determinados para su cálculo. Conocidos también como capital de maniobra.

9.4 Ingresos

El sitio web (el Economista.es, 2016), define al ingreso como “Importe de la venta de bienes y prestación de servicios que son el objeto del tráfico de la empresa. Comprende también otros ingresos, variación de existencias y beneficios del ejercicio”.

(Banrepcultural, 2017), en su página web menciona que el ingreso es “El tipo de ingreso que recibe una persona o una empresa u organización depende del tipo de actividad que realice (un trabajo, un negocio, una venta, etc.)”. El ingreso es una retribución que se consigue por realizar dicha actividad. Por ejemplo, el ingreso que recibe un trabajador asalariado por su trabajo es el pago. Si ésta es la única actividad remunerada que hizo la persona durante un periodo, el salario será su ingreso total. Por el contrario, si esta persona, además de su salario, arrienda un apartamento de su propiedad a un amigo, el dinero que le paga el amigo por el arriendo también es un ingreso. En este último caso, el salario más el dinero del arrendamiento constituyen el ingreso total. Los ingresos pueden ser utilizados para satisfacer las necesidades.

En definitiva, el ingreso en el ámbito empresarial es fundamental para que la empresa pueda seguir en marcha, ya que los ingresos que entran son un conjunto total del presupuesto de una entidad.

9.5 Estado de resultados

El estado de resultados presenta los efectos de las operaciones de una organización y su resultado final, en representación de un beneficio o una pérdida. Este estado es especialmente dinámico en cuanto a que expresa, en forma acumulativa, las cifras de ingresos, costos y gastos resultantes en un periodo determinado.

9.6 Estado de situación financiera

Muestra información financiera de una compañía en una fecha fija. Este estado financiero parte de presupuestos en función a un ciclo de tiempo designado y a una actividad concerniente, en donde se consigue una visión futura del camino que tendrá el proyecto. (RANKIA, 2018)

10. Teoría de evaluación de proyectos de inversión

La evaluación de proyectos es una fase esencial para cualquier proyecto con independencia de su tamaño y características. Por medio de este proceso de valoración se estudian todos los elementos que interceden en el proyecto con el fin de establecer su eficacia viabilidad calcular los posibles riesgos. No obstante, el vocablo evaluar implica indudablemente más que valorar.

De esta manera se llegó a proponer una “Metodología de Evaluación Económica de proyectos de inversión a partir de la Teoría de Opciones Reales, la cual se considera los siguientes seis pasos de aplicación:

Paso 1: Realizar la evaluación económica del proyecto de inversión mediante la Metodología Tradicional.

Paso 2: Calcular el VAN del proyecto a partir de los Ingresos y Costos

Paso 3: Construir diagramas de Flujos de Caja y política de Inversiones. Los nuevos Flujos de Caja calculados al considerar sólo los Ingresos y Costos y la serie de Inversiones.

Paso 4: Identificar las opciones reales presentes en el proyecto de inversión

Paso 5: Realizar el cálculo del valor del proyecto incorporando el valor de las opciones, utilizando el Método Binomial con Transformada Logarítmica.

Paso 6: Análisis de Resultados. Finalmente se analizarán y contrastarán los resultados obtenidos en los Pasos 1 y 5, realizando una toma de decisiones que reúna el valor de la flexibilidad estratégica del proyecto”. (IGNACIO ANDRES GARRIDO CONCHA, 2013)

10.1 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es un análisis que mide la expectativa que en rentabilidad se espera de un proyecto explícito en función del retorno de dicha inversión. Es decir, es un valor que se le da a lo que se pudiera esperar que generará en términos de satisfacción para la inversión que se está haciendo (Proyecto y Finanzas, 2018).

La Tasa Interna de Retorno es una tasa de rentabilidad o interés que ofrece una inversión.

10.2 Valor presente neto (VPN o VAN)

El dinero, a medida que pasa el tiempo, reduce su valor y por general se asume que el tiempo promedio para evaluar un proyecto nuevo es de 5 años, por lo tanto, es preciso ver cómo se vería afectado dicho capital, partiendo del valor intrínseco del dinero, a través del tiempo.

Para esto se utiliza el análisis del Valor Presente Neto, el cual toma como base los flujos de efectivos proyectados o llevados al futuro y los trae devuelta al presente para determinar si la inversión pierde o no valor.

En ese sentido, en la medida en que el VPN sea favorable significa que el negocio logra que la inversión, más allá de la devaluación natural del dinero, genere la riqueza necesaria que compense la acción devaluativa axiomática de la moneda. (Finzas Proyectos, 2015)

10.3 Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR)

La tasa mínima de retorno es el índice inflacionario, influenciado por el riesgo país y la tasa de inflación nacional.

11. Teoría sobre la gestión de proyectos.

La gestión de proyectos es fundamental en cualquier ámbito siendo un enfoque metódico que sirve para orientar y planificar el proceso de un proyecto de inicio hasta su fin. (Rouse, 2015)

Frederick Taylor (1856-1915) fue el primer científico que estudio el trabajo y en consideró el diseño de procesos. Sus aportaciones están encaminadas esencialmente al nivel operativo, es decir, a aumentar la eficiencia y eficacia en el taller.

Se dice que una buena gestión de proyectos es mucho más que asignar recursos y preparar una programación. Lo que conlleva a decir que una buena gestión también integra recursos, lo cual a su vez complementa un buen diseño de la gestión.

Específicamente, los objetivos de la gestión de proyectos son los siguientes:

- Ayudar en el proceso de asignación de recursos con el fin de alcanzar un objetivo establecido dentro de unos límites de tiempo y coste.
- Respaldar a un equipo y garantizar que todos los miembros del mismo mantengan su compromiso.
- Garantizar que se comunica la información a todas las partes interesadas para que se puedan tomar buenas decisiones.

Por último, se desarrolló el proceso de gestión de proyectos el cual está formado por tres actividades globales que son:

- Definición y organización del proyecto
- Planificación del proyecto
- Gestión y seguimiento.

Capítulo II

Enfoque metodológico

En este apartado se desarrolla el segundo capítulo del presente trabajo de titulación con el tema de diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar. Seguimos el hilo conductor desde la problematización del tema, la revisión del conocimiento acumulado, el constructo metodológico y la gestión administrativa.

Lo anterior se enmarca en lo que define el manual de investigación formativa 2016 de la Universidad Católica de Cuenca “la investigación es un proceso metódico y sistemático dirigido a la solución de problemas o a dilucidar interrogantes científicas, mediante la producción de nuevos conocimientos, los cuales constituyen la solución o respuesta a tales interrogantes”. Tal parece entonces, que las políticas de investigación formativa dan sentido al trabajo de titulación en tanto el enunciando siguiente: “La investigación formativa es parte del proceso educativo superior, consiste en la investigación dentro del perfil educativo y los planes de estudio”.

El mismo documento de la página 2 al tratar sobre los objetivos señala: “crear en los estudiantes la cultura de investigación y la generación del conocimiento, identificando esta como el único medio de innovación que permite alcanzar la independencia tecnológica y el desarrollo del país”.

Así mismo, el manual de investigación formativa desarrolla en adelante los tipos de investigación, los enfoques, métodos, instrumentos y técnicas.

1 Problema de investigación

El problema de investigación en este tipo de trabajo se circunscribe a grandes interrogantes. Tal como lo define Hernández, (2010) el problema de la investigación condiciona el alcance, los métodos, las técnicas, los instrumentos a ser utilizados en el

desempeño del trabajo de campo. En la línea de pensamiento del mismo autor, la revisión minuciosa del marco teórico ha llevado al investigador a formular la siguiente pregunta: ***¿Existe un modelo de negocio para la gestión y aprovechamiento de la ruta turística Bolivariana: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar?***

1.1 Antecedentes

La Unidad Académica de Administración, carrera de Ingeniería Empresarial, con sujeción a la Ley Orgánica de Educación Superior, el reglamento de régimen académico, su estatuto orgánico, y las propias resoluciones del honorable consejo directivo ha resuelto que los trabajos de titulación de la carrera versen sobre modelo de negocios. En tal sentido el presente diseño se ajusta a la guía metodológica con normativa APA.

Con el antecedente, tomando en cuenta la vocación económica y productiva de la zona de planificación 6 de las provincias de cañar, Azuay y Morona Santiago, mediante un exhaustivo rastro de fuentes primarias, el investigador ha detectado el problema de investigación y a consecuencia a derivado el tema del trabajo de titulación, aspectos estos, que explícitamente son tratados en los apartados correspondientes.

Es aspiración de la presente investigación responder a la política pública de cambio de la matriz productiva y alentar los propósitos de la economía popular y solidaria.

1.2 Justificación

El tema de justificación: Diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de la ruta turística del libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar previo a la obtención del título de ingeniera empresarial. Se justifica desde estudios de investigación exploratorios y observaciones. En correspondencia con el problema de investigación: ***¿Existe un modelo de negocio para la gestión y aprovechamiento de la ruta turística Bolivariana: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar?*** A su vez responde a las preguntas iniciales del investigador.

1.3 Preguntas Iniciales Del Investigador

Las preguntas iniciales del investigador se sitúan en sospechas temores y legítimas preocupaciones que tiene el investigador respecto al problema de investigación y en general se lo puede categorizar:

- 1 ¿Se cuenta con los recursos suficientes para cometer con el trabajo de investigación?
- 2 ¿Las fuentes de consulta estarán disponibles para el levantamiento de información primaria?
- 3 ¿Existe suficiente marco teórico que enriquezca el trabajo de titulación?
- 4 ¿Es pertinente y relevante el tema al problema de investigación?
- 5 ¿El investigador cuenta con el tiempo y la tutoría suficiente para concluir con éxito su investigación?
- 6 ¿Hay viabilidad social y ambiental en la comunidad donde se implementaría el modelo de negocios?
- 7 ¿Cómo diagnosticar la situación actual del área de intervención del proyecto?

1.4 Objetivo General

Diseñar un modelo de gestión e inversión de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, con la finalidad de promocionar a nivel local y regional los atractivos naturales y patrimoniales que poseen para así mejorar las condiciones de vida de la población a través de la implementación de actividades turísticas que generen fuentes de ingreso.

1.5 Objetivo Específico:

- *Rastrear los aportes teóricos sobre lo dicho y no dicho en relación con el modelo de negocio.*

- *Investigar el potencial de mercado del producto.*
- *Encuadrar el modelo de negociación en el ámbito legal y gestión administrativa.*
- *Localizar el proyecto de inversión con el dimensionamiento de la planta.*
- *Evaluar económica y financieramente el proyecto de inversión.*
- *Diseñar el modelo de gerenciamiento del proyecto de inversión.*

2. Resumen ejecutivo

2.1 Argumentación Teórica

La fundamentación teórica del trabajo de titulación: diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar. Desde la perspectiva de (Barrios, 2010) define al modelo de negocios como “un conjunto complejo de rutinas interdependientes que se descubren ajusta y matizan mediante la acción”. (Matiz, 2013), cita a Peter Drucker (1984) que el primero en hablar del tema proponiendo que “un modelo de negocio se refiere a la forma en la que la empresa lleva a cabo su negocio”. Generalmente esto se suele utilizar para definir como un negocio o empresa crea valor a través del uso de la cadena de valor.

2.2 Viabilidad metodológica de modelo de negocios

El investigador se ancla en el método científico para tratar de resolver el problema de investigación. Recordemos que de acuerdo con (Hernández Sampieri et al., 2010), el método científico tiene 10 pasos, que lo trabajamos en 10 momentos de acción: conocer, observar y proponer. Desde esta perspectiva metodológica el trabajo de titulación es viable.

2.3 Conclusiones

Las conclusiones a nivel de diseño son las siguientes:

La argumentación teórica con al menos 5 referencias es potente en la medida en que soporta las aproximaciones al problema de investigación.

El enfoque metodológico es riguroso puesto que se basa en el método científico.

El diseño del modelo de negocios tiene una lógica que va desde la argumentación teórica, el soporte metodológico y la concreción de la propuesta.

3. Enfoque metodológico

El enfoque metodológico corresponde al encuadramiento del estudio de investigación:

Usa el método científico, que se sustenta en tres momentos: conocer, observar y proponer.

Conocer equivale a averiguar todos los aportes teóricos realizados sobre el problema de investigación.

Observar implica abstraer información, datos, percepciones desde los campos de estudio con la intencionalidad de que expliquen el fenómeno.

Proponer es el momento de crear el diseño, el modelo, el sistema que resuelve el problema.

Enfoque. –La presente investigación es de enfoque exploratorio y descriptivo. Es exploratoria en la medida por cuanto se basa en investigación de fuentes primarias. También tiene enfoque descriptivo por lo que utiliza información de fuentes secundarias.

Tipo de investigación. - Se trata de una investigación de tipo cuantitativo en la medida en que se procesa datos porcentajes e información numérica como investigación de mercados estudios económicos financieros y tasa de rendimiento.

Alcance. - El alcance es probabilístico se justifica el alcance desde el estudio de mercado en el que se aplica el método aleatorio simple o el estratificado para la determinación del tamaño de la muestra. Es de corte no experimental por cuanto los hallazgos no están sujetos a comprobación de laboratorio.

Tabla 1
Métodos, técnicas, e instrumentos

Métodos	Técnicas	Instrumentos
Observación.	Registro anecdótico.	Libreta.
Histórico.	Fichaje.	Fichas bibliográficas y nemotécnicas.
Inductivo - Deductivo.	Opinión de expertos.	Informe.
Analítico – Sintético.	Discusión.	Informe.
Descriptivo.	Sistematización.	Bitácora

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador ,2018.

El diseño del instrumento de recolección de información, que para el presente caso se trata de un cuestionario, se muestra en el anexo número 10.

El enfoque metodológico se sustenta también desde una primaria averiguación de pertinencia y relevancia. La pertinencia es la correspondencia que existe entre el problema de investigación y el tema. En tanto que, la relevancia se define por la importancia de como el tema es transversal al resultado de aprendizaje, los dominios, las líneas de investigación de la carrera, los ámbitos, la planificación territorial, la agenda zonal y el eje 2 objetivos 4, 5 y 6 del plan nacional del Buen Vivir “Toda una vida”.

En consecuencia, la preocupación del investigador se resume en la matriz de pertinencia y relevancia contenida en la tabla número 2.

Tabla 2
Matriz de pertinencia y relevancia

Idea	Fuente	Problema que resuelve	Resultado de aprendizaje	Dominios	Líneas de investigación	Ámbitos	PDOTS	Agenda zonal	PNBV (Toda una vida)
Creación de un modelo de negocio de inversión y gerenciamiento de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.	Estudios de investigación exploratoria de docentes de la Universidad Católica de Cuenca. “Impacto del turismo de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.	Dota de una herramienta administrativa al sector turístico por medio del cual podrá generar beneficios económicos para la ciudadanía en general.	Diseñar el esquema de trabajo de titulación mediante la aplicación de herramientas metodológicas de investigación .	Gestión empresarial con responsabilidad social	Ciencias económicas, sociales y empresariales	Creación de empresas y gestión de PYMES. Tecnologías avanzadas de gestión empresarial y modelado. Organización y estrategia empresarial Emprendimiento estratégico		Zona 6.	Turismo innovador y económico una oportunidad para promover el turismo en Ecuador

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Así mismo como, el enfoque metodológico es visto desde una aproximación o perfil que básicamente consiste en desarrollar la gran visión. O las líneas generales del proyecto. Ayuda a explicar con mayor amplitud las variables de la matriz precedente y que corresponden a la pertinencia y relevancia de la investigación. (Véase la tabla numero 3)

Tabla 3
Perfil o gran visión del modelo de negocios

Título del proyecto de inversión privada:	Diseño de inversión y gerenciamiento de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.
Introducción:	El siguiente trabajo propone desarrollar un modelo de gestión que ejecute el desarrollo de la ruta turística de las ciudades Loja, Cuenca, Azogues, Cañar anclada al Libertador Simón Bolívar con el objetivo de promocionar, difundir los atractivos naturales y patrimoniales que existen a nivel local y regional.
Antecedentes:	La ruta del Libertador nace del compromiso binacional entre Ecuador y Venezuela, luego de la reunión entre los mandatarios de esas naciones en febrero del presente año. El proyecto inicia en la Quinta Cumbre Presidencial que se desarrolló en Quito, en mayo, cuando se firmó el acuerdo de

cooperación entre los ministros de Turismo de Ecuador y Venezuela, Verónica Sion y Pedro Morejón, respectivamente.

La inauguración oficial se realizó de manera simultánea en Guayaquil y Loja, por Ecuador, Cumaná y Bailadores, en Venezuela, el pasado 24 de julio.

En septiembre se inauguró el punto de información de la Cima de la Libertad, en Quito.

Con la intención de recuperar la memoria histórica y promocionar el turismo, se diseñará actividades turísticas ancladas al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar con la finalidad de generar Turismo ya que de esta manera se podrá generar ingresos al país.

Planteamiento del problema:

¿Existe un modelo de negocio para la gestión y aprovechamiento de la ruta turística Bolivariana: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar?

Objetivo general:

Diseñar un modelo de gestión e inversión de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues,

Cañar, con la finalidad de promocionar a nivel local y regional los atractivos naturales y patrimoniales que poseen para así las condiciones de vida de la población a través de la implementación de actividades turísticas que generen fuentes de ingreso

Objetivos específicos:

*Rastrear los aportes teóricos sobre lo dicho y no dicho en relación con el modelo de negocio.

*Investigar el potencial de mercado del producto.

*Encuadrar el modelo de negociación en el ámbito legal y gestión administrativa.

*Localizar el proyecto de inversión con el dimensionamiento de la planta.

*Evaluar económica y financieramente el proyecto de inversión.

*Diseñar el modelo de gerenciamiento del proyecto de inversión.

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

4. Marco Administrativo

4.1 Presupuesto

Tabla 4
Presupuesto

N°	Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor total/\$
1	Investigador	120	2,41	289,20

	Docente tutor	48	13,62	653,76
2	Materiales de oficina	Global	599,99	300,99
3	Transporte	Global	120,42	120,2
4	Alimentación	Global	49,15	49,15
5	Compra o alquiler de equipos	Global	990,00	990,00
6	Misceláneos	Global	100,00	100,00

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

4.2 Cronograma

Tabla 5
Cronograma

Actividades	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto
1 Diseño y aprobación del trabajo de titulación	x X x x x x X X x					
2 Desarrollo del marco teórico			x x x			
3 Desarrollo del marco metodológico				x		
4 Desarrollo del diseño del modelo de negocio				x x X x X x x x X		
5 Trámites administrativos y defensa						x X x

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

5. Opinión de expertos.

El estudiante Peñaloza Urgiles María José portador del número de cedula de identidad 0302564422 cursante del décimo ciclo de la carrera de Ingeniería Empresarial de la Unidad Académica de Administración de la Universidad Católica de Cuenca sede Azogues, en nuestra opinión ha cumplido con las exigencias teóricas y metodológicas del tema: Diseño de un proyecto de inversión y gerenciamiento de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar. Por lo que se expresa conformidad.

Ing. Juan Solís Muñoz, MBA

Docente de Metodología de investigación.

Ing. Iván García Álvarez, MBA

Docente tutor.

Capítulo III

Diseño del modelo de negocios y gerenciamiento

2 Fundamentos del proyecto

1.1 Idea empresarial y alcance

El proyecto empresarial tiene como finalidad la creación de una operadora turística que se enfocará en vender paquetes turísticos culturales y de esparcimiento de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar), los cuál ofrecerán y se acatarán a las necesidades de los turistas nacionales y extranjeros, generándoles servicios y actividades turísticas innovadoras, a un costo accesible.

La actividad principal que se generará mediante este proyecto es implementar la actividad turística y económica del país dando a conocer la nueva ruta Bolivariana (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar) mediante actividades turísticas nuevas que se realizarán mediante el recorrido, también se brindará servicios de calidad a costo accesible para todos los diferentes estratos, haciendo así que los turistas se vean atraídos a conocer esta nueva ruta turística.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo general

Diseñar un modelo de gestión para la inversión y gerenciamiento del sector turístico enfocado en la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, con la finalidad de promocionar a nivel local, nacional e internacional los atractivos naturales y patrimoniales que poseen, para así mejorar las condiciones de vida de la población a través de la implementación de actividades turísticas que generen fuentes de ingreso.

1.2.2 Objetivo específico

- *Ponderar el mercado existente y potencialmente disponible de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar;*
- *Definir la organización y el marco legal del proyecto de pre inversión;*
- *Dimensionar el emplazamiento técnico del proyecto con flujos y estructura de costos;*
- *Evaluar el proyecto partiendo de una secuencia de flujos financieros para determinar si es rentable o no;*
- *Diseñar el modelo de gestión pertinente que potencie el emprendimiento alrededor de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.*

1.3 Antecedentes

La economía mundial, proporciona una herramienta fijada en analizar y determinar la competitividad que se genera a nivel del sector turístico. Según este estudio, el Ecuador para el 2018 se encuentra en la posición 57 del total de 139 países analizados; esto se da puesto que el país es limitadamente más competitivo a nivel turístico que a nivel económico.

La gran disponibilidad de recursos turísticos de origen natural, así como en menor medida de tipo cultural, aladaño con la competencia en precios en la industria de viajes y turismo son los primordiales integrantes que influyen positivamente en la posición del país. No obstante, en la otra parte de la balanza, los reglamentos y estatutos que rigen el sector y la escasa disponibilidad de mano de obra competente afectan absolutamente a la posición del país.

En este contexto aparece dentro de sector aparece un atractivo turístico llamado La Ruta del Libertador (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar) es el inicio de un multidestino que provoca el trabajo conjunto con todas las empresas turísticas del Ecuador siendo el ideal de Simón Bolívar ser una Gran Nación, una Gran Colombia.

Es por ello por lo que hablar de la creación de una operadora turística que venda paquetes turísticos anclados en la figura del Libertador Simón Bolívar, es hablar de una propuesta enfocada a un multidestino que se basa en un estudio respaldado con herramientas técnicas y cognitivas adquiridas durante el periodo de investigación. El sistema de actividades que se brindará por medio de los paquetes turísticos vinculados a la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, tiene como finalidad incentivar al turista nacional y extranjero a conocer la cultura, tradiciones e historia de la ruta turística anclada al Libertador: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, mejorando la economía local de la zona ya que el turismo es considerado como una alternativa para mejorar la economía de la región y del país.

La elaboración del “Paquete Turístico” va encaminado hacia el desarrollo social y económico del país, generando fuentes de trabajo, dando una alternativa para frenar el alto índice de migración y desempleo, así como fortaleciendo el turismo, para que garantice la sostenibilidad la empresa.

El trabajo a realizarse comprenderá un análisis de varios elementos, por lo que en base a un estudio de mercado y técnico se realizará un estudio económico financiero y un análisis de impactos de riesgos, con los resultados de este estudio se podrá determinar si existe viabilidad comercial que garantice la permanencia y ganancias que generará esta propuesta.

1.4 Justificación y requerimientos a satisfacer

La idea empresarial de crear una operadora turística “Bolívar Trips” se basa esencialmente en cubrir un sector de mercado que se ha identificado como inconcluso y así obtener nuevos ingresos económicos. Todo esto se realizará por medio de la creación de paquetes turísticos innovadores, que se acatarán a las necesidades de los clientes, en los cuáles se desarrollaran

nuevas actividades turísticas y recreativas, de manera que no solo mejorará la rentabilidad del país, si no también incrementará el turismo.

Por otra parte, este proyecto ayudará a fomentar nuevas fuentes de trabajo, ayudando al desarrollo profesional de las personas que laboren dentro del nuevo emprendimiento, a base de capacitaciones continuas, incentivando a que se conozcan las culturas y etnias de nuestras ciudades.

El nuevo emprendimiento pretende satisfacer las necesidades del cliente, por esto se entregará productos personalizados, atención y servicios de primera calidad con precios competitivos a nivel zonal. Además, el nuevo proyecto contará con asesoría personalizada que convencerá al cliente de que comprar este paquete turístico será su mejor opción.

1.5 Mercado objetivo.

El mercado objetivo está dirigido hacia dos tipos de turistas los cuales se detalla a continuación:

- **Mercado Nacional**

El segmento del mercado ésta dado por turistas nacionales de todas las edades que visitan rutas turísticas culturales con el fin de conocer distintos atractivos naturales, por lo general viajan los fines de semana y feriados.

- **Mercado Internacional**

El segmento de mercado internacional ésta dado por turistas extranjeros hombres y mujeres de todas las edades que viajan al Ecuador, para conocer diferentes atractivos naturales y culturales, y que a su vez se trasladan hacia diferentes rutas turísticas cantones del país en busca de nuevas alternativas de turismo.

1.6 Ventajas competitivas y/o ventajas comparativas

El modelo de negocio para la inversión y gerenciamiento de la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, en la ciudad de Azogues se presenta como una oportunidad ante la limitada gestión turística que existe en dichas ciudades.

De forma que la misma, se constituya en una empresa con visión cultural, de esparcimiento e innovadora que otorgue un servicio nuevo en el mercado azogueño, con precios acordes al criterio de calidad y con la agregación de valor agregado que serán los servicios adicionales que presta la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, como por ejemplo, paquetes personalizados que se ajusten a las necesidades y bolsillo del consumidor, como también podrán disfrutar de platos exquisitos, típicos de cada ciudad que se visitará mediante el tour.

2 Estudio de mercado

En el presente capítulo se efectuará un estudio de mercado para la creación de la nueva empresa.

Lo que se pretende a través de este estudio de mercado será identificar la demanda y la oferta de los turistas en la ciudad de Azogues para determinar la demanda potencial insatisfecha. Una vez establecido este objetivo se analizará los precios y los canales de distribución de los productos.

2.1 Objetivos

- Identificar la demanda y la oferta de los turistas en la ciudad de Azogues.
- Confirmar la existencia de una demanda potencialmente insatisfecha en el mercado.
- Determinar el precio de venta de los productos de la nueva empresa

- Crear canales de comercialización para la distribución de los productos y servicios de la nueva empresa.
- Dar una idea a los inversionistas del riesgo que corre la operadora de turismo “Bolívar Trips” de ser o no aceptado en el mercado.

2.2 Definición del servicio

“Bolívar Trips” enfocará sus esfuerzos en crear productos que contengan actividades culturales de esparcimiento e innovadoras dentro de sus programas, lo que permitirá una combinación encantadora de destinos para el turista.

El producto tendrá como valor agregado y diferente la autenticidad de la experiencia, puesto que las actividades de carácter histórico, cultural, recreativo y de esparcimiento que conforman la oferta no son eventos o actividades planificadas, sino al contrario, son expresiones espontáneas de los ciudadanos en las labores cotidianas de los implicados y que desean compartir con los visitantes.

“Bolívar Trips”, operadora de turismo, comercializará los siguientes productos:

• Paquete completo Bolivariano:

Este paquete llevará el nombre “Complete Bolivariano” ya que es el producto completo que ofrece la empresa al consumidor en el que se dará un tour de 3 días que fusionan destinos naturales, históricos y culturales de importancia turística del país, con atractivos o actividades de carácter histórico, cultural de recreación y esparcimiento. Incluye alojamiento, alimentación excursiones, caminatas, acampada, que estará dirigida por un guía con dominio en idiomas nativos de pasajeros y que contará con transporte privado durante todo el recorrido rutinario.

El producto contempla la siguiente ruta: Loja – Cuenca– Azogues – Ingapirca. En cada uno de los destinos se planificarán actividades de carácter cultural, histórico, de esparcimiento y

recreacional, que incluyen desde historial narrativo Bolivariano, Workshop de productos como melcochas y dulces elaborados en cada ciudad, hasta visita de iglesias, lagunas, lugares arqueológicos, para conocer a fondo los lugares que visito el Libertador Simón.

- **Tailor-Made Tours Personalizes**

Tours armados de acuerdo con gustos, presupuesto y requerimientos de los clientes, quienes podrán contar con destinos o actividades culturales, como valor agregado y diferencial del producto o servicio.

2.3. Demanda

La demanda se origina en las necesidades de bienes o servicios de un grupo de personas, que buscan satisfacer los requerimientos de bienes y servicios dentro de los campos distracción, necesidades de convivir con la naturaleza, amigos o con la familia. Se supone que en este sector ciudad, existe una verdadera demanda en el servicio Turístico.

Población: para este estudio se tomó como referencia el universo de estudio de las personas económicamente activas que realizan turismo en el año 2017-2018, la muestra poblacional se obtuvo mediante páginas oficiales de turistas vía web.

Las páginas que se utilizaron para obtener la población son las siguientes:

- Mochileros Ecuador con 19596 miembros.
- Hospedaje Mochileros Turismo Ecuador con 1977 miembros.
- Mochileros/as de Argentina con 4848 miembros.

Lo que en su totalidad nos da **26 421 turistas** en un intervalo que comprende a personas de todas las edades.

Muestra: Para el cálculo de este parámetro estadístico involucra la población estudiada de turistas nacionales y extranjeros proyectada con la tasa de crecimiento anual.

La población que se utilizará para el cálculo de la muestra es de: **26 421**. Partiendo de este universo se realizó el cálculo del tamaño de la muestra, para ello se consideró un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 5%, aplicando la fórmula que se desarrolla a continuación, se puede observar que el tamaño de la muestra es de 384 encuestas.

Tabla 6
Calculo del tamaño de la muestra

Universo (n)	Nivel de confianza (o)	Error de estimación (e)	Probabilidad a favor (p)	Probabilidad en contra (q)	Muestra (n)
26.421	95 %	5%	50 %	50 %	384

Fuente: INEC (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos)
Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

El estudio determina que de esta población el 52% aceptaría conocer la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, obteniendo por tanto una demanda de 13.739 turistas, con esta información se procede a realizar la proyección de la demanda utilizando la fórmula para muestras infinitas: $n = \frac{c}{1-i}$; siendo n el número de muestras, c el valor de la población al año base, i que representa la tasa de incremento de la población y el subíndice n que corresponde al año de proyección, aplicada la fórmula y la tasa de crecimiento que según el INEC es el 1,45%, los resultados se detallan a continuación en la tabla 7

Tabla 7
Demanda Anual de los turistas nacionales y extranjeros

Años	Proyección de la demanda
2018	13739
2019	13938
2020	14140
2021	14345
2022	14553

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

2.3.1 Información secundaria y terciaria

La información secundaria se obtuvo de 3 páginas oficiales de Turistas Nacionales y Extranjeros las cuáles nos sirvieron como se dejó anotado en líneas anteriores para el cálculo de la demanda proyecta, siendo estas:

- Mochileros Ecuador con 19596 miembros que conforman el grupo(<https://es-la.facebook.com/groups/mochilerosecuador/>)
- Hospedaje Mochileros Turismo Ecuador con 1977 miembros del grupo (<https://www.facebook.com/groups/911337028979800/>)
- Mochileros/as de Argentina con 4848 con 4848 miembros que conforman la página(<https://www.facebook.com/groups/647608982089974/>)

Siendo esta información necesaria para determinar la población objeto de nuestro estudio.

2.3.2 Información primaria

Para el parámetro de la demanda por periodos se utilizaron como fuentes primarias las encuestas realizadas a los turistas nacionales y extranjeros mediante distintas páginas web acerca del nivel de aceptación que tendrá la nueva ruta turística del libertador Simón Bolívar (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar), el resultado se puede visualizar en el anexo 9.

2.3.2 Oferta

La oferta en el análisis del mercado es vital, puesto que por medio de esta podemos saber cuál es la cantidad existente del bien o servicio que vamos a ofrecer, para de esta manera determinar si lo que vamos a proponer para introducir en el mercado, cumplen con las características y necesidades de los consumidores.

Para el análisis e la oferta se realizó una investigación de campo en el entorno donde se encontrará ubicada la operadora turística “Bolívar Trips” A través del análisis del registro de patentes proporcionado por el departamento de catastros del gobierno autónomo descentralizado de Azogues se pudo determinar que en la ciudad existen 11 empresas u operadoras de turismo que brindan productos y servicios turísticos, pero, solo 5 de ellas venden paquetes turísticos nacionales e internacionales que vendrían a ser la competencia directa a las cuales se les analizó para conocer el servicio que prestan, forma de comercialización, precios, y segmentos a los cuales se orientan y de esta manera conocer el mercado en el que se va a desenvolver la operadora turística “Bolívar Trips”, lo que permitirá crear propuestas únicas de venta y servicios que se diferencien de la competencia.

A continuación, se presenta a las 11 agencias de viajes u operadoras de turismo catastradas en la ciudad de Azogues de las cuales como se dejó indicado tan solo 5 de ellas ofertan productos similares al de la operadora “Bolívar Trips”, como se demuestra en la siguiente tabla

Tabla 8

Oferentes turísticos de la ciudad de Azogues

Nombre	Dirección	Venta de Paquetes Anuales (Oferta)
Bless travel Cía. Ltda.	Azuay 3-08 y Ayacucho	43 paquetes
Caranleos travel Cía. Ltda.	Emilio Abad 1-26 y Sucre	No dispone
Karfer tours Cía. Ltda.	Bolívar 2-01 y Azuay	12 paquetes
Manudima Cía. Ltda.	Ayacucho 0-47 y Serrano	No dispone
Viaggio Cía. Ltda.	Bolívar 7-08 y 3 de Noviembre	14 paquetes
Coquelicot tours Cía. Ltda.	Bolívar 1-20 y Veintimilla	25 paquetes
Reinube tours s.a.	Azuay 6-13 y Benigno Malo	No dispone
Rosatours Cía. Ltda.	Luis Cordero 2-12 y Serrano	No dispone
Macabell Cía. Ltda.	Serrano 5-28 y Bolívar	No dispone
American Travel	Bolívar 1-14 y Azuay	50 paquetes
Kanara Tours	Gral. Enríquez 2-20 y Bolívar	No dispone
Total		144 paquetes

Fuente: GAD Municipal de Azogues (2017)

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

En la tabla 9 análisis de la oferta se puede observar detalladamente que la venta de paquetes turísticos nacionales es muy poco vendida por nuestra competencia, puesto que, al realizar este análisis, las 5 agencias de viajes nos supieron decir que, si bien se dedican a la venta de tour nacionales, su fuerte son los tours internacionales, ya que los tours nacionales solo son vendidos anualmente; en los meses de julio y agosto, que son los meses de vacación escolar.

Tabla 9

Proyección anual de la oferta

Año	Oferta
2018	144
2019	146
2020	148
2021	150
2022	153

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

El cuadro 9 de la proyección de la oferta se determinó para un tiempo de 5 años con la misma fórmula de proyección de la demanda que es : $n = c(1+i)^n$ y con la tasa de crecimiento del INEC que es del 1,45%, de esta manera se puede deducir que durante los 5 años la proyección de la oferta sigue siendo baja, puesto que de 144 paquetes vendidos en el año 2018, tan solo 9 paquetes más se venderán en el año 2022.

2.3 Demanda potencial insatisfecha

Se llama demanda potencial insatisfecha a la cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros, sobre la cual se ha determinado que ningún productor actual podrá satisfacer si prevalecen las condiciones en las cuales se hizo el cálculo.

La demanda insatisfecha se calcula mediante la resta entre la demanda y la oferta, así se podrá conocer si existe en el mercado una demanda potencial insatisfecha.

Tabla 10

Determinación de la demanda potencialmente insatisfecha

Año	Demanda	Oferta	Demanda potencial insatisfecha
2018	13739	144	13595
2019	13938	146	13792
2020	14140	148	13992
2021	14345	150	14195
2022	14553	153	14400

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

Después de realizar la determinación de la demanda potencial insatisfecha se puede apreciar que, al carecer de una oferta rentable actual del servicio turístico cultural y de esparcimiento de las rutas turísticas en el mercado azogueño, la demanda potencialmente insatisfecha es alta.

La proyección para 5 años diagnostica el incremento aproximado de 216 unidades al año, asumiendo que el estudio estadístico cuenta con un margen de error y los porcentajes podrían cambiar dependiendo de las variables del mercado en cual se interactúa el servicio.

2.4 Precios

En el mercado actual, la fijación de precios es fundamental, en el proceso de comercialización de bienes y servicios puesto que siempre que se comercialice un bien o se brinde un servicio, existirá de por medio un precio, en estos casos las empresas fijarán precios tomarán en cuenta los precios de los competidores, el mercado y la demanda.

Teniendo en cuenta que la operadora turística brindará productos y servicios en base a la nueva ruta del libertador Simón Bolívar (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar), y las condiciones del mercado, los precios se fijan en base a la estructura de costos de la empresa, y el margen de rentabilidad de la venta de paquetes turísticos en esta actividad comercial, pues se requiere de una inversión en insumos y capital humano.

2.5 Comercialización

Para saber que estrategias debe llevar acabo la operadora turística “Bolívar Trips” en el nicho de mercado determinado; se efectuó un análisis de fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas procedentes de la investigación de campo analizada anteriormente.

Tabla 11

Fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la organización

FODA	Análisis de la operadora turística “Bolívar Trips”
Fortalezas	-Se realizarán paquetes turísticos personalizados acorde con las necesidades del cliente. -Se contará con páginas web donde puedan localizar a la operadora turística a toda hora. -Se contará con un servicio innovador que se diferencie del mercado actual - Segmento del mercado extranjero y nacional.
Oportunidades	-Apertura de nuevos nichos del mercado -No existen agencias turísticas que vendan paquetes de la ruta turística, ya que es nueva en el mercado turístico. -Falta de fuentes de capital de trabajo
Debilidades	-decrecimiento de turistas a nivel nacional, regional e internacional. -Carecer de contratos y asociaciones con otras operadoras de viajes.
Amenazas	- Ser una empresa nueva en el mercado. -Desconocimiento de los sitios turísticos por parte de los posibles clientes. -La inseguridad ciudadana -Que exista nueva competencia turística.

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

2.5.1 Canal de distribución

El producto que se comercializa es un servicio, por tanto, el canal directo es el más adecuado, puesto que no existirá intermediario alguno ya que todas las funciones de comercialización las

asumirá la nueva operadora turística “Bolívar Trips”, es decir, el contacto entre el productor y el cliente y se realizará en el mismo lugar de la prestación del servicio.

Se manejará la forma actual de distribución internet como una página web, correos, fax y otras herramientas de distribución, con el fin de llegar al cliente.

2.5.2 Estrategias de introducción al mercado

2.5.2.1 Estrategia de entrada

La compañía al ser establecida nueva en el mercado turístico de la ciudad de Azogues es primordial darla a conocer a los posibles consumidores desde el inicio, lo que significa; presentar generalmente la nueva propuesta y partiendo de ahí explicarles las ventajas y beneficios que brindará el servicio, mostrándoles así; como estas ayudan a que la empresa lleve la delantera frente a la competencia.

Para que la operadora turística “Bolívar Trips” sea conocida en el mercado actual, se pretende crear una marca que quede impregnada en la mente del consumidor, esto se realizará mediante la incorporación de las cuatro P del marketing mix que son; producto, precio, plaza y promoción, mediante redes sociales que hoy en día son la mejor publicidad a nivel mundial que tienen las empresas, por lo que se presenta previamente el nombre y el logotipo de la empresa como punto de partida.

Ilustración 11

Logotipo de la empresa



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Iniciando entonces de ese precedente, se conoce que el producto está basado en el servicio turístico cultural y de esparcimiento anclado al Libertador Simón Bolívar, el cual promete una experiencia turística encantadora e inolvidable dentro del País.

Ilustración 12

Itinerario de visita del paquete turístico “Complete Bolivariano”

Ruta turística del libertador Simón Bolívar	
Programa 3 días 2 noches. Hoteles Para Hospedarse • Hostería "El Descanso de Ramsés"(Loja) • Hotel Dávalos. (Cuenca)	
City Tour • Visita al parque recreacional Jipiro • Visita al Santuario de la Virgen del Cisne • Laguna de Busa • Centro histórico de Cuenca, Catedral Vieja, • Monasterio de las Conceptas • Plaza Calderón, Catedral Nueva, Mercado de Flores, Casa de la Mujer, • Mirador de Turi. • Esculturas talladas Javier Loyola. • Complejo arqueológico de Cojitambo • Propiedad de las hermanas de La Providencia (Azogues)	

• Santuario San Francisco • Visita a Ingapirca • Visita al Centro Arqueológico
Programa Incluye: Hospedaje / Desayunos / Visitas / Guía / Impuestos de Ley Programa NO Incluye: Propinas / Gastos personales / Otros servicios no especificados en el programa
LOJA - 09:30 a.m. Salida desde Azogues en transporte privado hacia la ciudad de Loja - 01:30 p.m. Almuerzo (Hostería "El Descanso de Ramsés") - 03:00 p.m. Visita parque recreacional Jipiro - 05:00 p.m. Salida hacia El Santuario de la Virgen del Cisne. - 08:00 p.m.: Cena en hostería -8:00 a.m. Desayuno brindado por parte de la hostería
CUENCA -09:30 a.m. Salida desde Loja hacia Cuenca -12:30 a.m. Siguiente parada Laguna de Busa -01:00 p.m. Almuerzo en restaurante Busa -02:00 p.m. Recorrido en canoa -03:00 p.m. Continuamos a Cuenca -05:00 p.m. City tour en Cuenca: Catedral Vieja, Monasterio de las Conceptas Plaza Calderón, Catedral Nueva, Mercado de Flores y Casa de la Mujer. -07:00 p.m. Visita al Mirador del Turi -08:00 p.m. Cena en el hotel previsto por la Operadora -08:00 a.m. Desayuno brindado por parte del hotel
DÍA 3 AZOGUES -09:00 a.m. Salida Hacia Azogues -10:00 a.m. Visita a las ruinas arqueológicas de Cojitambo -10:00 a.m. Visita a Esculturas talladas Javier Loyola. -12:00 a.m. Visita a la casa del patriota cura Francisco Xavier Aquilino Loyola y Prieto (Chuquisaca). -01:00 p.m. Almuerzo (Restaurante “Los picantes de Azogues”) - 02:00 p.m. Visita a la propiedad de las hermanas de La Providencia (Azogues) -03:00 p.m. Santuario San Francisco (Se obsequiará un recuerdo por parte de la agencia)
CAÑAR 03:30 p.m. Salida hacia Cañar 05:30 p.m. Visita al Centro Arqueológico 07:00 p.m. Cena (Restaurante La posada Ingapirca) 08:00 p.m. Retorno

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Esencialmente los precios en gran parte originan las ventas de productos que los posibles clientes no pagarían de otra manera, por lo que el precio combinado tiene que ser lo suficiente accesible para poder convencerlos que compren el producto, añadiendo que el precio debe estar acorde a las condiciones sociales, legales, económicas y culturales, adicionando al proyecto la mejor calidad, así el posible consumidor tendrá la percepción de que el precio que pago por el paquete turístico si estaba acorde al servicio brindado.

Se realizarán también cada cierto tiempo promoción de descuentos en el precio de cada uno de los productos ofrecidos.

La plaza de la operadora turística se encontrará dentro del terminal nuevo “Segundo Serrano” “Lo que significa que el posible cliente podrá acceder fácilmente a nuestro servicio, no obstante, al ser la propuesta dirigida a turistas nacionales y extranjeros se establecerá páginas web, para que puedan localizarnos fácil e inmediatamente a cualquier hora del día, y sin costo alguno.

Se establecerá alianzas estratégicas con las agencias de la ciudad de Loja, Cuenca, y de la provincia del Cañar, ya que estas difundirán este producto turístico a sus clientes, luego se llegará a un acuerdo con estas empresas, donde se les permitirá la venta o reservaciones de los paquetes turísticos que oferta la operadora “Bolívar Trips”, por los cuáles ellos recibirán un porcentaje del valor neto del tour vendido.

La nueva operadora turística “Bolívar Trips”, para promocionar su producto realizará Spots publicitarios constantemente en radio, y televisión, y como lo antes mencionado utilizará las redes sociales, entonces se procedió a crear el email de la empresa: bolivartrips-operadora@outlook.com mismo que permitirá mantener contacto directo con el cliente mediante mensajes recibidos y enviados, y por el cual se desglosan nuevos instrumentos vía web.

Se crea también una página online que detallará todos los servicios, productos, precios, ventajas, promociones entre otros, que tendrá la compañía. Otros beneficios que se podrá encontrar en la página será el poder realizar reservaciones, conocer a profundidad sobre los lugares que se ofrecen en los productos turísticos, y por último podrán interactuar en la página, dejándonos sus comentarios y quejas que tienen acerca del servicio brindado.

El enlace para que puedan acceder a la página es el siguiente: <http://cms.bolivar-trips1.webnode.ec/#step2>

Ilustración 13

Página web de la organización



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Hoy en día las redes sociales son herramientas fundamentales para que la empresa u organización se den a conocer, minimizando las posibilidades de fracasar, puesto que estas herramientas publicitarias ayudan a que la compañía no sea conocida solo localmente si no a nivel mundial, lo que conllevará al éxito de la empresa.

Para mayor facilidad para el cliente de localizarnos e interactuar con la empresa, la página también lleva el nombre “Bolívar Trips”, permitiendo así un mayor vínculo con el cliente. Es por esto por lo que también se creó una página en Facebook el link del enlace es:

<https://www.facebook.com/bolivar.trips>

Ilustración 14

Red social de la empresa



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

No obstante, como última estrategia de publicidad se brindarán trípticos personalmente a cada posible cliente, por lo que serán tomados en cuenta a la hora de poner en marcha la operadora de turismo “Bolívar Trips” puesto que es un medio de publicidad por el cual se pueden dar a conocer aspectos básicos e importantes de la empresa; como el número de teléfono, la dirección el horario de atención y mostrando más concretamente los lugares a visitar en el tour de la nueva ruta anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar. A continuación, se presenta el diseño:

Ilustración 15

Tríptico turístico



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

2.5.2.2 Estrategia de diferenciación

Se parte del preámbulo de que la operadora turística “Bolívar Trips” se crea dentro del terminal “Segundo Serrano”, haciendo hincapié en que la diferenciación es la existencia de un producto nuevo en el mercado, y que ninguna otra empresa de viajes de la ciudad de Azogues brinda tal servicio, y adicionalmente a eso se ofrecerán paquetes personalizados, acogiendo al presupuesto del posible consumidor, generando así una satisfacción inigualable a la competencia.

2.5.2.3 Estrategia de alianza

Como ya se ha venido mencionando el proyecto de la operadora turística “Bolívar Trips” beneficiará indirectamente a la ciudad de Azogues, con ese antecedente y con el discernimiento del esfuerzo realizado por los entes públicos para acrecentar los niveles de turismo en esta zona, se crea la idea de unir alianzas con el Ministerio de Turismo. Puesto que este ente público puede contribuir con publicidad entorno a la ruta turística anclada en el Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, como la marca de “Bolívar Trips” a un nivel mayor tanto local como internacional, por lo que a la vez la entidad se encargará de informar a los posibles clientes los puntos de información turísticos que tienen, mismos que ayudarán a lograr mayor flujo turístico.

3 Estudio técnico

El estudio técnico permite garantizar una óptima utilización de los recursos, el cálculo del tamaño apropiado, la localización geográfica, su organización administrativa y legal, así como, la infraestructura necesaria para la adecuación y el montaje de la empresa.

3.1 Objetivos

- Comprobar que existe la viabilidad técnica necesaria para la instalación del proyecto en estudio.
- Establecer la localización más adecuada para la implementación del proyecto.
- Definir el tamaño y capacidad del proyecto.
- Mostrar la distribución y diseño de las instalaciones.
- Enunciar la estructura administrativa y legal aplicable al proyecto.

3.2 Localización óptima

Considerando que es un proyecto de estudio para determinar la factibilidad de implementación la operadora turística “Bolívar Trips”, para lo cual se requiere determinar la ubicación del negocio. Es realmente importante analizar detenidamente los sectores de la ciudad de Azogues y de esta manera obtener la mayor rentabilidad posible. El análisis se debe efectuar en base al método cualitativo por puntos, el mismo que consiste en ponderar a cada criterio considerando diferente peso según la importancia y los cuales tienen que sumar 1, o en porcentaje 100 %.

En este caso el análisis debe tener en cuenta los diferentes sectores de la ciudad de Azogues. Bajo este análisis se debe considerar la afluencia de mayor cantidad de personas siendo estos sitios: Sector Terminal antiguo, Sector Terminal terrestre “Segundo Serrano” y el Sector del Centro Comercial “Bartolomé Serrano”, para la elección del mejor sitio

Tabla 12

Factores que determinan la localización de la planta

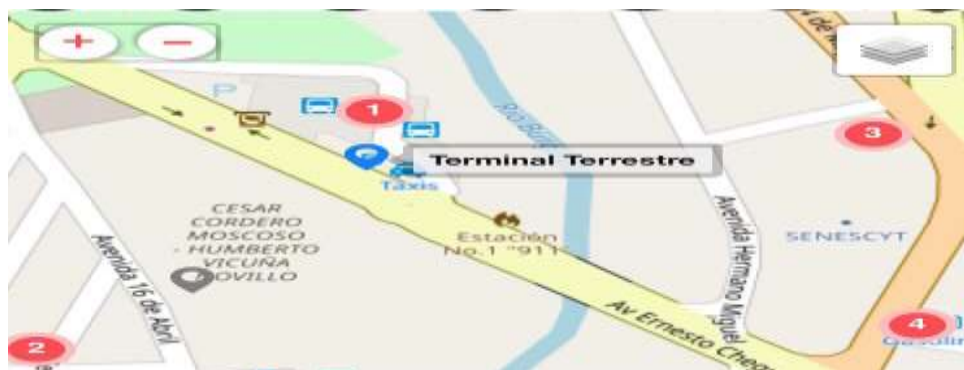
VARIABLES	POND	SECTOR TERMINAL ANTIGUO TERRESTRE "SEGUNDO SERRANO"				SECTOR EL CENTRO COMERCIAL "BARTOLOME"	
		CALF	C.PONDERADA	CALIF.	C.PONDERADA	CALF	C.PON
Existencias de vías de comunicación	0,05	8	0,4	8	0,4	8	0,4
Disponibilidad de energía eléctrica	0,03	7	0,21	8	0,24	8	0,24
Disponibilidad de comunicaciones telefónicas	0,02	8	0,16	7	0,14	8	0,16
Atractivos turísticos	0,04	7	0,28	7	0,28	7	0,28
Intensidad de tránsito	0,03	8	0,24	9	0,27	6	0,18
Proximidad a las vías principales	0,03	7	0,21	8	0,24	6	0,18
Distancia a clientes	0,5	7	3,5	9	4,5	7	3,5
Condiciones del sitio	0,3	6	1,8	8	2,4	8	2,4
TOTAL	1	58	6,8	64	8,47	58	7,34

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador 2018.

De acuerdo con la calificación por puntos a cada uno de los sectores de la ciudad de Azogues, la opción que más puntuación obtuvo fue el Sector el Terminal terrestre “Segundo Serrano” con una calificación de 8.47 sobre 10 puntos.

Ilustración 16

Ubicación de la operadora turística “Bolívar Trips”



Fuente: Google Maps

Para el cálculo se considera como elemento clave la capacidad que tiene un vehículo diseñado para este servicio, mismo que es de 20 personas bajo la dirección de un guía, por lo que la empresa para operar al máximo de su capacidad en el horizonte de 5 años es de 960 personas, que traducidos al servicio que se prevé prestar representan 960 paquetes.

La política de la empresa respecto al servicio turístico será: Salida el viernes 9h00 y luego del recorrido por los lugares objeto de la propuesta (paquete turístico) su regreso será el domingo terminado su tour en el lugar en donde se encuentra emplazada las oficinas de la operadora de turismo “Bolívar Trips”, a las 20h00, bajo estas condiciones los tours se realizarán los viernes, sábado y domingo.

Tabla 13

Tamaño óptimo

Año	Prestación de servicios por tour	No. Vehículos	Total, Diario	Prestación de servicios mensual	Prestación de servicios anual (5 años)
2018	20	1	20	80	960

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

3.3 Ingeniería del proyecto

En este punto se realiza un análisis referente a la instalación y funcionamiento de la empresa, desde la prestación de servicios, diagrama de flujos de procesos, la adquisición de los equipos y la distribución interna de esta nueva operadora. A continuación, se presenta el diagrama de flujos que se utilizará, el cuál ayuda a simplificar la metodología.

Tabla 14 *Representaciones del diagrama de flujo*

Nombre	Representación
Operación	
Demora	
Inspección	
Transporte	
Decisión	
Almacenamiento	
Operación combinada	

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

3.3.1 Descripción del servicio

La operadora turística “Bolívar Trips” ofrecerá paquetes turísticos nacionales. El producto fundamental de la operadora será un tour en la nueva ruta del Libertador :Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, donde podrán disfrutar de paisajes, actividades y cultura dentro de un ambiente ameno y de confort, generando así una experiencia inolvidable a las personas que ocupan nuestros servicios de turismo.

Los productos y servicios ofrecidos por la empresa son exclusivos para el mercado meta su ventaja competitiva o plus es que se realizarán paquetes turísticos personalizados ajustándose a los gustos, preferencias, necesidades e ingresos del consumidor.

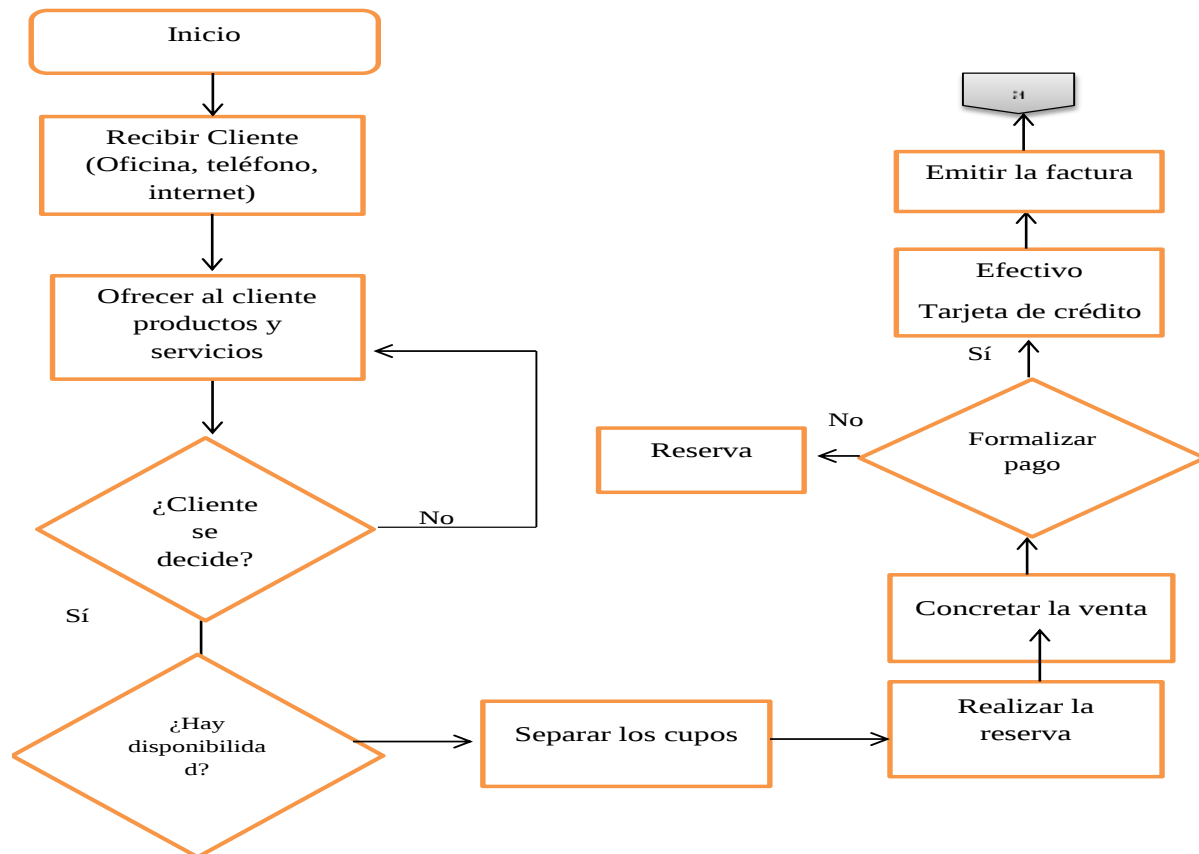
Para cumplir esta prestación de los servicios, se ha considerado los siguientes horarios de atención: de lunes a viernes de 9H00 a 13H00 y de 14H00 a 18H00, y los sábados de 9H00 a 13H00. Además, el cliente podrá reservar o adquirir el servicio a través la página web de la empresa.

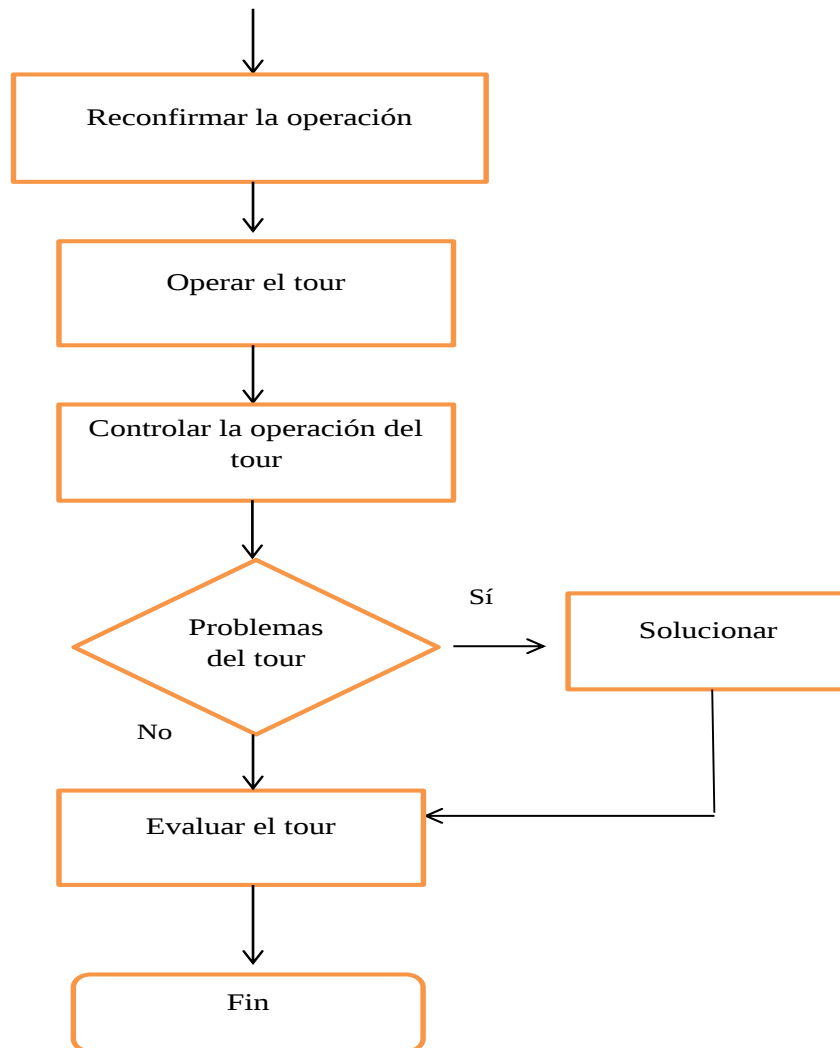
3.3.2 Descripción del proceso

A continuación, presentamos el diagrama de flujo de procesos a ser utilizado en la operadora turística “Bolívar Trips”.

Gráfico 1

Diagrama de flujo del proceso del servicio turístico





Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador 2018.

3.3.3 Equipos y maquinaria

La operadora “Bolívar Trips”, debe contar con equipos de última tecnología, que permitan la elaboración y la prestación de productos y servicios que se brindaran al cliente. El proyecto al enfocarse en prestar un servicio no requiere de maquinaria para la elaboración de productos, entonces se pudo determinar que el equipamiento al que se hará relación para el tratamiento de este rubro serán el equipamiento de equipos y equipamiento mobiliario.

Tabla 15

Cotización de equipos

Cantidad	Descripción	Precio comercial salinas	Precio comercial la Bahía Ec
1	Computadora hp	800	800
1	Impresora canon mph 250	240	300
1	Televisor Samsung 40 pulgadas	800	825
Total		1840	1925

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

Tabla 16

Cotización de mobiliarios

Cantidad	Descripción	Precio Comercial Salinas	Precio Comercial la Bahía EC
1	Silla	50	50
1	Silla giratoria	110	118
	Total	160	168

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

Para el estudio analítico se visitó 2 de los posibles proveedores de la ciudad de Azogues y de la ciudad de Cuenca, a los que se les solicitó proformas de los equipos que se necesitan para que la empresa pueda operar con normalidad. Por lo que se obtuvo que el Comercial Salinas de la ciudad de Azogues resulta ser el más beneficioso económicamente, por lo que será el adecuado para realizar la adquisición de equipos y mobiliarios que son esenciales para el buen funcionamiento de la empresa.

3.4 Distribución interna (layout)

El presente gráfico muestra el layout de la operadora turística “Bolívar Trips”, mismo que servirá de guía para una correcta distribución de las instalaciones lo que permitirá un adecuado servicio al cliente.

La obra física y el espacio están acordes a la necesidad de equipamiento requerido en el diseño.

Ilustración 17

Vista frontal y lateral izquierda



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

3.5 Estructura organizacional

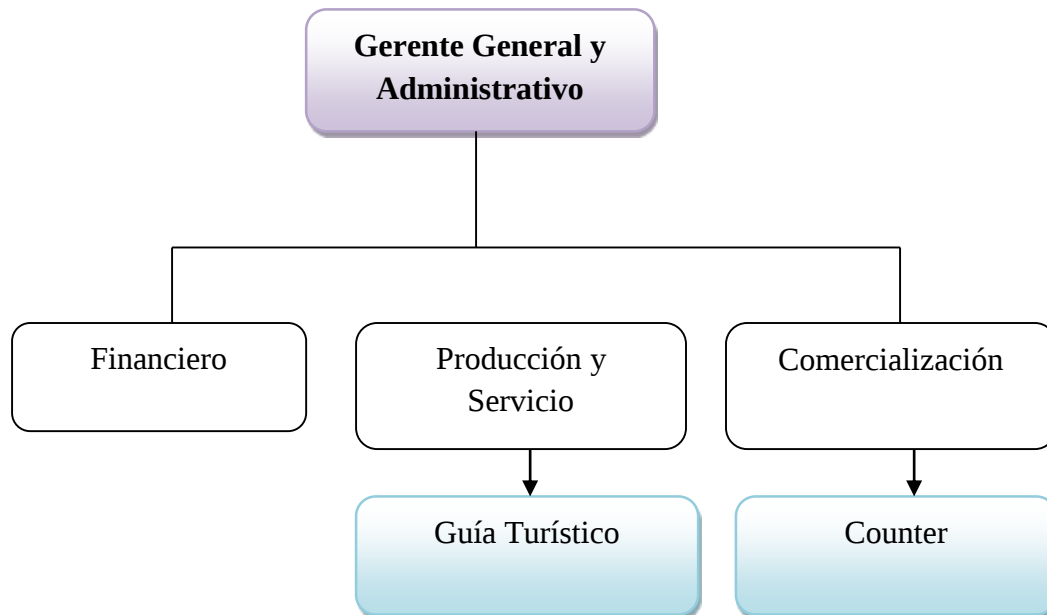
Toda empresa cuenta en forma implícita o explícita con cierto juego de jerarquías y atribuciones asignadas a los miembros o componentes de esta.

La estructura organizacional de la operadora turística “Bolívar Trips” será lo suficientemente funcional, de forma que se acople al servicio objeto del giro del negocio, la misma que será constituida bajo las características de una microempresa. Por lo tanto en el inicio el personal será limitado y cumplirá algunas funciones a más de las propuestas inicialmente en el organigrama, no obstante, las actividades como el control contable estará a cargo de un tercero (outsourcing).

3.5.1 Organigrama general

Gráfico 2

Organigrama de la operadora turística “Bolívar Trips”



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

3.5.2 Organigrama funcional

Cargo: Gerente General

Descripción del cargo	Responsable por la dirección y representación legal y judicial, creando las políticas generales que regirán a la empresa. Desarrolla y limita los objetivos organizacionales. Planifica el desarrollo de la empresa a corto mediano y largo plazo. Además, es responsable general de llevar la administración de egresos e ingresos de la empresa y de presentar al Gobierno los estados financieros, el presupuesto, programas de trabajo y demás obligaciones que requieran la empresa u organización.
-----------------------	--

Formación Académica: Ingeniero/a Empresarial o Economista preferentemente con maestría en Finanzas o Administración de Empresas.

Requisitos: Debe tener visión de Negocios, planificación estratégica, liderazgo, negociación, comunicación efectiva a todo horizonte, conocimiento en ecoturismo, dominio del idioma inglés.

Experiencia: De 1 a 3 años de experiencia en el cargo o en funciones similares, relacionadas con el mercado comercial, preferiblemente en turismo

Funciones:

- Desarrollar programas de corto y mediano plazo tomando en cuenta las políticas de gerencia que tiene la empresa.
- Ejecutar los planes y programas preliminarmente aprobados por el equipo de trabajo.
- Autorizar los contratos que sean necesarios para el buen desarrollo de las funciones y actividades de la empresa.
- Desarrollar estudios de mercado
- Administrar ingresos y costos de la empresa
- Elaborar la hoja de ruta de los tours
- Planificar, programar y desarrollar la gama de productos.
- Y otros inherentes a sus funciones

Cargo: Counter

Cargo del jefe inmediato: Gerente General

Requerimientos del cargo

Descripción del cargo: Persona encargada de la atención directa al cliente asesorando y captando al posible consumidor.

Formación Académica: Título en Administración de empresas o en áreas turísticas.

Requisitos: Profesional con estudios superiores de tercer nivel en ámbitos mercadotécnicos. Título registrado en la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación de Ingeniero Comercial, Licenciado en Mercadotecnia, indispensable el manejo avanzado del idioma inglés.

Experiencia: Acreditar por lo menos 1 año de experiencia, ventas o cargos afines.

Funciones:

- Informar a los posibles clientes las promociones y novedades que se tienen;
- Mantener discreción sobre todo lo que respecta a la empresa;
- Emitir por medio telefónico o de correo electrónico las cotizaciones solicitadas;
- Dar seguimiento a las cotizaciones enviadas
- Visitar potenciales clientes
- Realizar informes
- Manejar páginas webs de la organización
- Negociación con el cliente

Cargo: Guía turístico

Cargo del jefe inmediato: Gerente General

Requerimientos del cargo

Descripción del cargo: El Guía turístico informa, motiva, orienta, guía y asiste a visitantes y turistas, poniendo en resguardando el patrimonio cultural y natural. Utilizará en caso necesario una lengua extranjera, de modo que las personas se sientan atendidas en todo momento y se satisfagan sus expectativas de información y de disfrute.

Título de grado universitario o de técnico superior en áreas turísticas.

Formación Académica:

Dominio del idioma inglés.

Tener cursos en técnico superior guía, información y asistencia turística.

Requisitos:

Género masculino o femenino.

Edad 23 años en adelante.

Acreditar por lo menos 1 año de experiencia dentro del sector turístico

Experiencia:

No requerida.

Funciones:

- Participar en el programar el servicio
- Facilitar el vínculo de los visitantes con los recursos naturales
- Promocionar el patrimonio turístico
- Coordinar el viaje

- Planificar, desarrollar y coordinar los servicios receptivos, traslados y excursiones.
- Programar y operar los servicios de transporte terrestre, alojamiento, alimentación y otros.
- Y otros inherentes a sus funciones

3.6. Marco legal y factores legales relevantes

Esta empresa será “Compañía Unipersonal de Responsabilidad Limitada”. De acuerdo a (vlex Ecuador-Información jurídica inteligente, 2017), en su artículo 1 y 4 señala que “Toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio, podrá desarrollar por intermedio de una empresa unipersonal de responsabilidad limitada cualquier actividad económica que no estuviere prohibida por la ley, limitando su responsabilidad civil por las operaciones de esta al monto del capital que hubiere destinado para ello. La empresa unipersonal de responsabilidad limitada deberá siempre pertenecer a una sola persona y no podrá tenerse en copropiedad, salvo el caso de la sucesión por causa de muerte a que se refiere el artículo 37 de esta Ley.

La persona natural a quien pertenece una empresa unipersonal de responsabilidad limitada se llama “gerente-propietario”.

Requisitos:

La (Ley de empresas unipersonales, 2014) en su artículo 30 señala como requisitos para ser una empresa unipersonal lo siguiente:

La empresa unipersonal de responsabilidad limitada, se constituirá mediante escritura pública otorgada por el gerente-propietario, que contendrá:

1. El nombre, apellidos, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente-propietario;

2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa y las sucursales que la misma tuviere;
4. El objeto a que se dedicará la empresa;
5. El plazo de duración de la misma;
6. El monto del capital asignado a la empresa por el gerente-propietario, de conformidad con el artículo 1 de esta Ley;
7. La determinación del aporte del gerente-propietario;
8. La determinación de la asignación mensual que hubiera a de percibir de la empresa el gerente-propietario por el desempeño de sus labores dentro de la misma; y,
8. Cualquier otra disposición lícita que el gerente-propietario de la empresa deseara incluir.

Si el gerente-propietario o la gerente-propietaria tuviere formada sociedad conyugal, la escritura de constitución de la empresa unipersonal de responsabilidad limitada será otorgada también por su cónyuge o conviviente, a fin de que en la misma deje constancia de su consentimiento respecto de dicha constitución.

La relación entre el gerente-propietario y la empresa no tendrá carácter laboral, por lo que dicha relación y la asignación mensual anteriormente mencionada no estarán sujetas al Código del Trabajo ni a la Ley del Seguro Social Obligatorio.

3.7.1. Requisitos y formalidades para el registro de una Agencia de viajes u operadora turística en el Ecuador.

La (SOLICITUD REGISTRO AGENCIAS DE VIAJES , 2018) establece que los trámites para la constitución de una compañía son los siguientes:

1. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;

2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante
3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento
Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral
Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de abril Edif. Acrópolis
4. Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
5. Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación:
 - 5.1 Para agencias de viajes mayoristas, el equivalente a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a setecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, por cada sucursal a partir de la segunda; y,
 - 5.2 Para agencias de viajes internacionales, el equivalente es de seis mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a unos mil dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda; y,
 - 5.3 Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a unos mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.
6. Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal.
Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la

experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.

7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.

8. Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR)

4. Estudio económico y financiero

4.1 Objetivos

- Determinar el monto de inversión total requerida para la implementación de la operadora turística “Bolívar Trips”
- Llevar a cabo el presupuesto de ingresos y egresos en que incurrirá el proyecto.
- Definir los ingresos que se generarán
- Realizar el análisis del financiamiento y elaborar los principales estados financieros

4.2 Inversión inicial

En la tabla 17, se muestra los costos pertenecientes a los activos tangibles e intangibles que conforman la inversión inicial de la operadora de turismo “Bolívar Trips”, mismo que percibe un valor de \$ 7.650 USD. (Se puede encontrar el detalle en el anexo 10).

Tabla 17

Inversión inicial

DESCRIPCIÓN	COSTOS
Pre inversión	2.250,00
Gastos de pre inversión	2.250,00
Obra civil	3.400,00
Diseño y adecuación del espacio	3.400,00
Equipamiento	2.000,00
Muebles y Enseres	160,00
Equipos de cómputo	1.040,00
Otro Equipo	800,00
Total	7.650,00

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

4.2.1 Cronograma de inversiones

Para que la operadora turística pueda iniciar con sus operaciones es esencial el lapso necesario que llevará la ejecución de las actividades de inversión, para eso nos ayudamos de un diagrama

de Gantt mediante el cual se mide el periodo que llevará la instalación de la operadora de turismo operadora de turismo “Bolívar Trips”, así como también se consideran los retrasos eventuales que pudiesen existir.

Tabla 18

Cronograma de inversiones

Actividades	Meses				
	1	2	3	4	5
Estudio de Pre factibilidad	X				
Registro Nacional de turismo		X			
Constitución de la empresa		X			
Imagen Corporativa			X		
Adecuación del local			X		
Compra de utensilios de oficina			X		
Desarrollo de página web				x	
Apertura de Actividades				x	
Encuesta satisfacción al cliente					X

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

4.2.2 Depreciación

Al contar con equipos de cómputo y muebles y enseres, se procedió a realizar el cuadro necesario en el cual se detalla los valores de la amortización y respectiva depreciación de cada uno de nuestros activos.

Tabla 19

Depreciación

Activos fijos netos	Vida útil Año	Costo	Depreciación Anual	Valor residual Final
				(20% activos)
Obra Civil	10	3400,00	272,00	680,00
Muebles y Enseres	10	160,00	12,80	32,00
Equipo de Computo	10	1040,00	83,20	208,00
Otro Equipo	3	800,00	211,20	160,00
Total		5400,00	579,20	872,00

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

La tabla 19 muestra la depreciación de los activos fijos con los que la empresa contará en un periodo de 5 años, los porcentajes de las depreciaciones se calcularon acorde a lo estipulado en el (Servicio de Rentas Internas) en el Art.28.-Gatos generales deducibles, estipula:

“(I) Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcas y similares 5% anual. (II) Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual. (III) Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual. (IV) Equipos de cómputo y software 33% anual.”

Teniendo como resultado un valor residual final de \$872,00, mismo que será utilizado para cálculos posteriores.

4.3 Plan de prestación de servicios

En base a la capacidad optima de la planta realizada en el estudio técnico la cual se analizó en base a la capacidad vehicular de transporte que existe para trasladar personas; lo cual se obtuvo un total de 960 personas a las que se podrá brindar el servicio turístico en un lapso de 5 años, misma cantidad que viene a ser el número de paquetes vendidos a lo largo del proyecto.

Tabla 20

Plan de prestación de servicios

Periodo anual	Producción mensual	Producción anual	Incremento%
1	20	240	
2	40	480	100%
3	60	720	50%
4	80	960	33%
5	80	960	0%

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

4.4 Gastos

La realización de un análisis de gastos nos permitirá saber el monto total de la prestación de este servicio turístico, por lo que de esta manera se podrá establecer la utilidad económica que genera la venta de cada paquete turístico.

El negocio contará con diferentes gastos los mismos que serán detallados en la tabla 21, que servirán para que la operadora cumpla con sus servicios y brinde productos de calidad con la finalidad que se cumpla a cabalidad con las exigencias de los potenciales consumidores.

Al ser un servicio el que prestará la empresa, no existen costos de producción como son la mano de obra, materia prima entre otros.

Por lo tanto, se presentan los gastos que, para su mejor comprensión, se dividen en gastos administrativos y gastos de venta. El detalle de los presupuestos de gastos se encuentra en el anexo 11.

Tabla 21

Gastos que tendrá la operadora turística “Bolívar Trips”

Descripción	1	2	3	4	5
<i>Tasa incremento anual</i>		<i>100%</i>	<i>50%</i>	<i>33%</i>	<i>0%</i>
<i>producción</i>					
Gastos de administración					
Remuneraciones+beneficios básicos	10.433,20	10.433,20	10.433,20	10.433,20	10.433,20
Outsourcing	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Servicios básicos	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00	1.560,00
Gastos de oficina	1.246,00	1.246,00	1.246,00	1.246,00	1.246,00
Gastos de mantenimiento de oficina	175,00	175,00	175,00	175,00	175,00
Gastos de ropa de trabajo	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00

Movilización y viáticos	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00
subtotal	17.414,20	17.414,20	17.414,20	17.414,20	17.414,20
Gastos de ventas					
Remuneraciones	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00	3.456,00
Publicidad	2.220,00	2.220,00	2.220,00	2.220,00	2.220,00
subtotal	5.676,00	5.676,00	5.676,00	5.676,00	5.676,00
Costos financieros					
Intereses préstamo	820,70	526,48	194,96		
subtotal	820,70	526,48	194,96		
Total costos y gastos efectivos	23.910,90	23.616,69	23.285,16	23.090,20	23.090,20
Depreciaciones					
Depreciaciones	579,20	579,20	579,20	579,20	579,20
subtotal	579,20	579,20	579,20	579,20	579,20
Total costos y gastos	24.490,10	24.195,89	23.864,36	23.669,40	23.669,40

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador 2018.

El total de gastos para el primer año de operación de la operadora turística “Bolívar Trips” es de \$ 24.490,10.

4.4.1 Capital de trabajo

El capital de trabajo necesario para este tipo de proyecto se calculó para 3 mes, puesto que al ser una empresa con una idea nueva en el mercado turístico, como es la creación y venta de paquetes turísticos de la ruta anclada al Libertador Simón Bolívar :Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, necesitará tiempo para hacerse conocer por los posibles clientes y poder a generar utilidad mediante este servicio, por lo que por lo tanto necesitará de recursos monetarios para mantener la fluidez de sus actividades, garantizando mantenerse activa en el mercado.

Su cálculo resulta de dividir el total de los gastos operativos del primer año para doce meses, y multiplicarlo por los 3 meses, indicando que este servicio turístico no tiene transformación de bienes por lo que no se estima los componentes del costo de producción.

Al realizar este cálculo se obtuvo que el capital de trabajo que requiere la empresa es de \$ 5.772,55 USD, mismo que se muestra en la tabla 22.

Tabla 22

Capital de trabajo detallado

Detalle	Valor anual	Valor mensual	Capital de trabajo(3 meses)
Gastos de administración			
Sueldos administrativos	10433,20	869,43	2608,30
Outsourcing	1200,00	100,00	300
Servicios básicos	1560,00	130,00	390
Gastos de oficina	1246,00	103,833	311,5
Gastos de mantenimiento de oficina	175,00	14,583	43,75
Gastos de ropa de trabajo	400,00	33,333	100,00
Movilización y viáticos	2400,00	200,00	600,00
Gastos de ventas			
Trípticos	1200,00	100,00	300,00
Radial	420,00	35,00	105,00
Televisiva	600,00	50,00	150,00
Guía turístico	3456,00	288,00	864,00
Total	23.090,20	1924,18	5772,55

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

4.5 Ingresos

Para el cálculo de ingresos por ventas del paquete turístico se utilizó el plan de prestación de servicio y sus porcentajes de incremento para de esta manera poder proyectar los ingresos por venta en el horizonte del proyecto donde se obtuvo un precio de \$300 USD por paquete turístico, valor que pagarán consumidores desde los 3 años de edad en adelante.

Para la determinación del precio se hizo un estudio de campo sobre los costos que se requieren para poder generar el servicio turístico deseado, donde se obtuvo costo de transporte por tour ,costo de alojamiento, costo de alimentación ,costo por horas del guía turístico, costo del material didáctico que se entregará mediante el recorrido del tour y el costo de entrada que tiene

cada lugar o complejo turístico que se visitará mediante todo el tour ,por lo que se obtuvo un precio de \$244 USD, al que se le generó una utilidad del 18% y un 5% para imprevistos por paquete turístico ,dándonos como resultado un precio total por paquete turístico de \$300 USD, mismo que se puede observar en la tabla 24. (Véase el detalle de los gastos del paquete en anexo 12)

Tabla 23

Precio del Paquete turístico “Complete libertador”

Servicio	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
Transporte	960,00	48,00
Guía turístico	72,00	72,00
Alimentación	20,00	20,00
Alojamiento	80,00	80,00
Material didáctico	10,00	10,00
Entradas a complejos arqueológicos	14,00	14,00
Total:		244,00
18% de utilidad		43,92
5%de imprevistos		12,10
Precio total del paquete		300,00

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

Se puede deducir entonces, que el precio del paquete que ofrecerá “Bolívar trips, si bien el costo de este servicio turístico no está apto para todos los bolsillos, es un precio que está a la par de otros servicios turísticos, pero con la diferencia que el servicio es de la mejor calidad, y con la ventaja que se podrán hacer paquetes personalizados para cada cliente, con la finalidad de satisfacer todas las necesidades y requerimientos que tengan al consumir este servicio.

Tabla 24

Ingresos por ventas

INGRESOS DEL PROYECTO						
Producción	Unidad	Años				
		1	2	3	4	5
Producción (ventas)	1	240,00	480,00	720,00	960,00	960,00
Precios de venta:		300	300	300	300	300
Total ingresos	300	72028,80	144057,60	216086,40	288115,20	288115,20

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador ,2018.

4.6 Financiamiento

En vista de que la empresa no cuenta con aportación de socios ni capital, se hizo necesario, realizar un préstamo financiero, por lo que se efectuó un análisis de las tasas de interés para los microempresarios de las instituciones financieras más solventes en el país, y se constató que la entidad financiera que mejor tasa de interés ofrece a los microempresarios es la Cooperativa de Ahorro y Crédito “Cacpe Biblian Ltda.”, razón por la cual el crédito se realizará en dicha institución, además que desde el año 2017 la cooperativa está desarrollando el “PLAN PARA EMPREDEDORES” mismo que tiene por objetivo apoyar el crecimiento y desarrollo de jóvenes y adultos que buscan emprender un negocio propio a través de una tasa de interés más accesible que la propuesta en el mercado financiero.(Véase ilustración 18 en el anexo 13).

El préstamo solicitado para la implementación de la empresa es de \$7879,50 USD con una tasa de retención del 3% que es el aporte patrimonial con el que se queda la cooperativa, por lo que el monto real recibido es de \$7650 USD, mismo valor que se necesita para realizar la inversión inicial de la empresa. Mediante este financiamiento se podrá mantener al negocio estable y en futuro planear expandirlo.

4.6.1 Tabla de amortización de la deuda

En la siguiente tabla de amortización se presenta el monto del préstamo que se realizó a la “Cooperativa Cacpe”, detallando mes a mes el pago por pago, cómo se irá reduciendo o repagando la deuda contraída, a una tasa de interés del 12% anual, la misma que capitalizable mensualmente es de 0,01, y la cuota o dividendo, hallada mediante la siguiente formula, $C * i / (1+i)^{-n}$ es de \$261,71. Este crédito se realizó para 3 años.

Tabla 25

Amortización de la deuda de la operadora turística “Bolívar Trips”

MESES	CUOTA	INTERES	AMORTIZACION	AMORTIZADO	PENDIENTE
0					7879,50
1	261,71	78,80	182,92	182,92	7696,58
2	261,71	76,97	184,75	367,66	7511,84
3	261,71	75,12	186,59	554,26	7325,24
4	261,71	73,25	188,46	742,72	7136,78
5	261,71	71,37	190,34	933,06	6946,44
6	261,71	69,46	192,25	1125,31	6754,19
7	261,71	67,54	194,17	1319,48	6560,02
8	261,71	65,60	196,11	1515,59	6363,91
9	261,71	63,64	198,07	1713,66	6165,84
10	261,71	61,66	200,05	1913,72	5965,78
11	261,71	59,66	202,05	2115,77	5763,73
12	261,71	57,64	204,07	2319,85	5559,65
13	261,71	55,60	206,12	2525,96	5353,54
14	261,71	53,54	208,18	2734,14	5145,36
15	261,71	51,45	210,26	2944,40	4935,10
16	261,71	49,35	212,36	3156,76	4722,74
17	261,71	47,23	214,48	3371,24	4508,26
18	261,71	45,08	216,63	3587,87	4291,63
19	261,71	42,92	218,80	3806,67	4072,83
20	261,71	40,73	220,98	4027,65	3851,85
21	261,71	38,52	223,19	4250,85	3628,65
22	261,71	36,29	225,43	4476,27	3403,23
23	261,71	34,03	227,68	4703,95	3175,55
24	261,71	31,76	229,96	4933,91	2945,59
25	261,71	29,46	232,26	5166,17	2713,33
26	261,71	27,13	234,58	5400,74	2478,76

27	261,71	24,79	236,92	5637,67	2241,83
28	261,71	22,42	239,29	5876,96	2002,54
29	261,71	20,03	241,69	6118,65	1760,85
30	261,71	17,61	244,10	6362,75	1516,75
31	261,71	15,17	246,54	6609,30	1270,20
32	261,71	12,70	249,01	6858,31	1021,19
33	261,71	10,21	251,50	7109,81	769,69
34	261,71	7,70	254,02	7363,82	515,68
35	261,71	5,16	256,56	7620,38	259,12
36	261,71	2,59	259,12	7879,50	0,00

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

4.7 Estado de Resultados

La proyección del estado de resultados nos permite a conocer los flujos netos de efectivo, que son significativos en la evaluación económica.

Tabla 26

Estado de Resultado proyectado

Rubro	1	2	3	4	5
Ventas					
Ventas de paquetes turísticos	72.028,80				288.115,20
		144.057,60	216.086,40	288.115,20	
Costo de Ventas	58.560,00				234.240,00
		117.120,00	175.680,00	234.240,00	
Utilidad bruta en ventas	13.468,80				53.875,20
		26.937,60	40.406,40	53.875,20	
Gastos de administración	17.414,20				17.414,20
		17.414,20	17.414,20	17.414,20	
Gastos de ventas	5.676,00				5.676,00
		5.676,00	5.676,00	5.676,00	
Utilidad (perdida) operacional	- 9.621,40	3.847,40	17.316,20	30.785,00	30.785,00
Gastos financieros	820,70			-	-

		526,48	194,96		
Depreciación	579,20				579,20
		579,20	579,20	579,20	
Utilidad antes participación	- 11.021,30				30.205,80
		2.741,71	16.542,04	30.205,80	
15 % Participación utilidades	- 1.653,20				4.530,87
		411,26	2.481,31	4.530,87	
Utilidad antes imp. Renta	- 9.368,11				25.674,93
		2.330,46	14.060,74	25.674,93	
Impuesto a la Renta	- 2.060,98				5.648,48
		512,70	3.093,36	5.648,48	
Utilidad pérdida neta	- 7.307,12				20.026,44
		1.817,76	10.967,37	20.026,44	

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

4.8 Estado de situación financiera proyectado

El estado de situación financiera proyectado al primer año de operación muestra la composición real de la empresa misma que se divide en activos, pasivos y patrimonio.

Para el cálculo del pasivo circulante se tomó el índice de liquidez para este tipo de empresas que para el ejercicio del 2018 es de 2,1 (TOURISM&LEISURE ECUADOR).

Tabla 27

Estado de situación financiera Proyectado

Estado de situación financiera proyectado al 31 de Diciembre del 2019		
Activo		
Activo Corriente		19239,40
Caja Bancos	17993,402	
Inventario realizable	1246,00	
Activo fijo		5400
Muebles y enseres	160	
Equipo de cómputo	1040	
Otro equipo	800	
Obra civil	3400	
Activo diferido		2250
Estudios de factibilidad	2250	
Total		26889,40
Pasivo		
Pasivo a largo plazo	9161,62	
Pasivo corriente	7879,50	
Total pasivo		17041,12
Patrimonio		
Capital social	9848,28	
Total Patrimonio		9848,28
Total Pasivo+Patrimonio		26889,40

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

4.9 Flujo de caja proyectado

Este rubro permitirá a la empresa conocer los ingresos y egresos, durante el horizonte de operación. El cálculo con detalle puede ser visualizado en el anexo 14.

Tabla 28

Flujo de caja proyectado

Descripción	Año 1	Año2	Año3	Año4	Año5
F. Flujo no operacional	573,63	-4.064,50	-	-	-3.534,80
G. Flujo neto generado	-9.047,77	-217,11	8.715,21	10.179,35	27.250,19
H. Flujo neto acumulado	9.047,77	217,11	8.600,98	20.605,64	-27.250,19
			8.600,98	20.605,64	

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador 2018.

5. Evaluación económica y financiera

5.1 Objetivo

- Precisar la posición económica y financiera inicial de la cafetería.
- Determinar el valor actual neto del proyecto (VAN)
- Obtener la tasa interna de rentabilidad (TIR)
- Realizar un análisis de sensibilidad del VAN y la TIR

5.2 Análisis considerando el valor del dinero en el tiempo

5.2.1 Costo de capital (TMAR)

Según datos obtenidos del Banco Central del Ecuador en la actualidad (25 noviembre del 2018) el índice de riesgo país corresponde a 741 puntos porcentuales base y la tasa de inflación nacional prevista al cierre del año 2018 es de 1.4%.

$$\text{TMAR} = i + r + (i \cdot r)$$

$$\text{TMAR} = 1.4\% + 7,41\% + (1.4\% \times 7,41\%)$$

$$\text{TMAR} = 19.18\%$$

5.2.2 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor actual neto debe ser igual o mayor a cero para que la inversión se considere admisible, la tasa máxima para un crédito de consumo a la fecha de análisis es del 17.3%, sin embargo, el cálculo de la Tasa mínima aceptable de rendimiento (TMAR), nos arroja una tasa de 19.18%.

El resultado es de \$ 5.456,92 USD por lo tanto se concluye que el proyecto “Bolívar trips” es rentable.

Tabla 29

Valor actual neto

Año	Flujo de efectivo
Tasa de descuento	19,18%
Flujo año1	-9.047,77
Flujo año2	-217,11
Flujo año 3	8.600,98
Flujo año 4	20.605,64
Flujo Año 5	27.250,19
Costo de pre operación	-13.422,55
VAN	5.456,92

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

5.2.3 Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno debe ser igual o mayor que la tasa de descuento para que el proyecto sea admisible. Para el caso de la operadora turística “Bolívar Trips”, los cálculos arrojaron una tasa de descuento de 19,18%, evaluado la TIR con esta tasa se obtiene un valor de 26,50%.

Tabla 30

Tasa interna de retorno

Año	Flujo de efectivo
Flujo año1	-9.047,77
Flujo año2	-217,11
Flujo año 3	8.600,98
Flujo año 4	20.605,64
Flujo Año 5	27.250,19
Costo de pre operación	-13.422,55
TIR	26,50%

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018.

6. Gestión del Proyecto

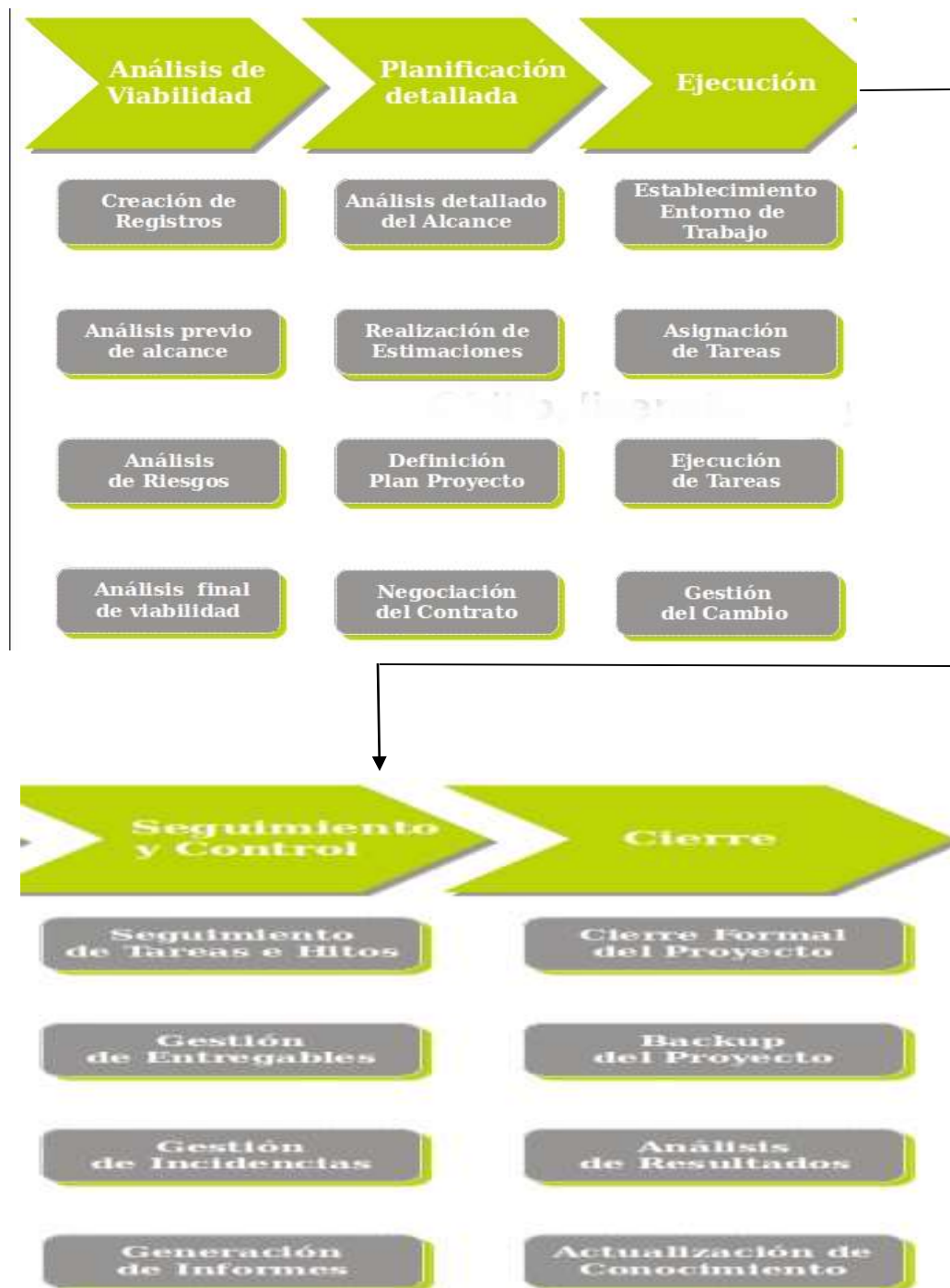
6.1 Objetivos

- Administrar, planificar, coordinar las funciones que se realizarán mediante la ejecución del proyecto.
- Realizar un seguimiento y control de cada una de las actividades y los recursos estipulados para la ejecución de la gestión del proyecto de una forma en la que se pueda cumplir con el alcance en el lapso determinado y con el coste presupuestado.
- Establecer los posibles cambios en los aspectos técnico y tecnológico del proyecto.
- Realizar el análisis de las potenciales variaciones en los componentes económico y financiero de la empresa.
- Prever el impacto y ambiental social que ocasionaría la empresa cuando esté en operación.

6.2 Pasos de la gestión integral

Gráfico 23

Gestión integral de la operadora de turismo “Bolívar Trips”



Fuente: Javier Alzaga Peña, 2014
 Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

6.2.1 Gestión de la iniciación del proyecto

Tabla 31

Actividades de iniciación

Actividad	Descripción	Métodos o Herramientas propuestas
Estudio de la problemática que forja la idea empresarial del proyecto.	Mediante una breve indagación se dio a conocer que no existe un modelo de negocio para la gestión y aprovechamiento de la ruta turística bolivariana: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.	Plan de acción: Es un instrumento de control y programación de la ejecución anual de las actividades y proyectos, deben llevar a cabo las dependencias para facilitar el cumplimiento de estrategias y proyectos empresariales.
Objetivo de la idea empresarial.	Crear una empresa turística por medio de la cual se pueda generar beneficios económicos directos e indirectos para la ciudadanía en general.	Análisis descriptivo.
Identificación de las necesidades a satisfacer.	-Crear nuevas fuentes de trabajo. -Desarrollar un valor agregado y estrategias innovadoras, que mejoren la relación servicio-cliente.	Análisis directo y previas evaluaciones de los efectos del estudio de campo antepuesto.
Análisis del entorno en el cual opera.	Estudio acerca de los aspectos y ámbitos culturales, económico, de diversificación, y político en el que operará la empresa.	La información fue obtenida de la realización del estudio de mercado mediante la matriz DAFO.
Selección del nicho de mercado al cual se dirige.	El mercado seleccionado está representado por la población de tres páginas de la web de turistas nacionales e internacionales, que serán consumidores potenciales directos del servicio.	

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

6.2.2 Gestión de la planificación del proyecto

Tabla 32

Actividades de planificación

Actividades	Descripción	Técnicas propuestas
Especificación del servicio ofertado	Operadora turística dedicada a la venta de paquetes turísticos de la nueva ruta del libertador (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar), que funcionará en la ciudad de azogues.	Uso del flujograma de procesos que presenta las actividades que se realizarán para los servicios y venta de los paquetes turísticos con los clientes.
Planificación de recursos humanos, y financieros	La operadora turística “Bolívar Trips” es una empresa de superficie infanta con personal muy limitado.	Se ejecutó tanto el estudio de mercadotécnico y el estudio financiero.
Programa de publicidad	La operadora de turismo se basa en la publicidad, puesto que por este medio se alcanzará a comercializar el servicio.	Se efectuó una lluvia de ideas para elegir cuáles son las estrategias que se podrían presentar en el plan de marketing

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

6.2.3 Gestión de ejecución del proyecto

Tabla 33

Actividades de ejecución

Actividades	Tareas	Técnicas propuestas
Enunciación del plazo ejecutorio	Estar al tanto del tiempo que tomará en montar la oficina de la operadora de turismo “Bolívar Trips”, por medio de un cronograma.	Diagrama de Gantt

Determinación de los indicadores de medida.	Es preciso mantener un control de la utilización de recursos, en específico cuando las actividades de la empresa se han puesto en marcha.	Para mantener un control sobre: -Recursos económicos la técnica más apropiada son los informes contables. -Recursos humanos, es inevitable que se lleve a cabo la selección de del personal, según las funciones requeridas por la organización.
Monitoreo de recursos personales, económicos y sociales.		

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

6.2.4 Gestión de la supervisión y control del proyecto

Tabla 34

Actividades de supervisión y control

Actividad	Tarea	Técnicas propuestas
Estudio acerca de la calidad del servicio y satisfacción del cliente	Conocer el grado de satisfacción de los turistas, para poder corregir errores, y para mejorar el proceso de calidad.	Matriz de satisfacción al cliente. (En el anexo - se detalla una propuesta de modelo de matriz)
Dialogo acerca de problemas	El diálogo es fundamental para el éxito de cualquier empresa, en este caso al ser una organización con personal limitado resulta menos complicado el mantener información clara y precisa.	Llevar informes de gestión semanal, quincenal o mensual con los empleados.
Declarar acciones preventivas o correctivas	Generar estrategias como objeción al estudio de campo.	Técnica de Focus group

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

6.2.5 Gestión del cierre del proyecto

Tabla 35

Actividades de cierre

Objetivos	Estrategias
Evaluar toda la gestión del proyecto	Informes periódicos.
Evaluar la información	Informes anuales.
Evaluar y analizar el cumplimiento de objetivos	
Realizar un plan de seguimiento de todo el estudio de campo	

Fuente: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

7. Conclusiones generales y recomendaciones

7.1 Conclusiones

Tomando en cuenta el resultado de cada uno de los estudios realizados en este proyecto, se ha llegado a la siguiente conclusión:

El ámbito turístico, en específico el cultural, es un nicho de mercado poco explotado en ciudades pequeñas pero que poseen un alto potencial turístico y magníficas posibilidades de crecimiento como es el caso de la ciudad Azogues, por lo que, la operadora turística “Bolívar Trips” es una nueva propuesta como una oportunidad de gestión interna de los lugares culturales y de diversificación que forman la nueva ruta anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.

Después de realizar el estudio de mercado se pudo conocer una demanda insatisfecha de 13809 para el 2018, por lo que hace posible que el proyecto se realice, este análisis es una pieza fundamental porque a través de este podemos conocer el grado de aceptación que existirá por nuestros posibles clientes.

Se puede deducir también en base a las investigaciones de campo que la ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar tiene grandiosas posibilidades de crecimiento económico, cultural y de aventura; puesto que, a más de incrementar el flujo de turistas en las zonas, plantea la posibilidad de favorecer indirectamente a los sectores hoteleros, gastronómicos, productivos y transportistas de las ciudades.

Por otra parte, se determinó que el proyecto es llamativo y favorable, debido a que, al tener, como se dio a entender anteriormente poca explotación turística y por ende gran número de demanda insatisfecha, el proyecto va a tener utilidades que van a ir aumentando con el transcurso

del tiempo, es decir cada año, lo que ayudará a recuperar en menor tiempo el dinero necesario que se invirtió para poner en marcha el proyecto.

Mediante el estudio técnico se logró determinar la localización ideal en la que la empresa podrá llegar a consumidores turísticos insatisfechos, puesto que se encontrará ubicada en una zona céntrica y de gran afluencia por la población.

Por lo que finalmente mediante el análisis económico financiero se puede comprobar todo lo antes dicho, se evidencia un VAN positivo de \$ 5.456,92, la TIR evaluada con el costo de oportunidad presentado en el proyecto que es de 26,50%, lo que indica que el proyecto es económicamente rentable.

7.2 Recomendaciones

Mantener información actualizada sobre los clientes potenciales mediante un estudio trimestral o anual sobre el sector comercial brindado, para de esta manera anticipar acciones de promoción y publicidad generando ventajas contra la competencia.

Crear planes de acción contingentes que mitiguen los posibles riesgos en caso de presentarse algún tipo de inconveniente en el desarrollo de las actividades.

Mantener la alianza estratégica que se propone con el ministerio de turismo para así generar beneficios equitativos creando la relación ganar – ganar.

Finalmente, lo que se recomienda, es la implementación adicional de nuevos escenarios de aventura y diversión, lo que incrementará los clientes y por ende las utilidades de la empresa.

8. Bibliografía.

- Abreu Beristain, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión en México*.
Obtenido de <http://www.colpamex.org/Revista/Art5/24.pdf>
- Alcaldia de Azogues. (2011). *Azogues turismo religioso*. Obtenido de
<http://www.azogues.gob.ec/portal/index.php/attractivos-turisticos/turismo-religioso>
- Aulet Serrallonga, S., & Hakobyan, K. (2011). TURISMO RELIGIOSO Y ESPACIOS SAGRADOS: UNA PROPUESTA PARA LOS SANTUARIOS DE CATALUNYA. *Revista Iberoamericana del turismo.*, 1(1), 63-82. Recuperado el abril de 2018, de
<https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/9123/TurismoReligioso.pdf?sequence=1>
- AZOGUES. (Mayo de 2018). Obtenido de Azogues: <http://www.turismo.azogues.gob.ec/>
- Baca Urbina, G. (26 de 08 de 2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Mc Graw Hill. Obtenido de <https://ianemartinez.files.wordpress.com/2012/09/evaluacion-de-proyectos-gabriel-baca-urbina-corregido.pdf>
- Banrepcultural. (2017). Obtenido de Banrepcultural:
<http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Ingresos>
- Banrepcultural. (2017). Obtenido de Banrepcultural:
http://enciclopedia.banrepcultural.org/index.php/Oferta_y_demanda
- Bargsted A., M. (julio-diciembre de 2013). El emprendimiento social desde una mirada psicosocial. *Civilizar. Ciencias Sociales y Humanas*, 13(25), 121-132. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=100230029007>
- Barrios, M. (2010). *Universidad Americana*. Obtenido de Universidad Americana:
http://marktur.travel/uploads/secciones_contenido/62/62-1323280539.pdf
- Bastian, J. (2012). *La mutución religiosa de America Latina*. Mexico DF: Fondo de Cultura Económica. Obtenido de
https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=vs96V2WvjfcC&oi=fnd&pg=PT3&dq=La+mutuaci%C3%B3n+religiosa+de+America+Latina&ots=z62Y2Vx24f&sig=mLtboTcd5g_rlD1qHg_HcrQzLho#v=onepage&q=La%20mutuaci%C3%B3n%20religiosa%20de%20America%20Latina&f=false
- BBVA. (15 de mayo de 2017). *Educación Financiera*. Obtenido de Educación Financiera:
<https://www.bbva.com/es/que-es-la-inversion/>

- Bedoya, D., Henao, J., Pulgarín, C., & Ramirez, L. (enero-junio de 2009). El cumplimiento legal como base para la aproximación de las micro y pequeñas empresas a la responsabilidad social empresarial. (U. d. Antioquia, Ed.) *Revista virtual de estudiantes de Contaduría pública*, 1-18. Obtenido de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/adversia/article/view/2028/1677>
- Benito Rodriguez, J. (2012). *La Virgen de la Nube y el Señor de los Milagros de Lima*. (S. L. Escorial, Ed.) Obtenido de file:///C:/Users/Usuario/Downloads/Dialnet-LaVirgenDeLaNubeYElSeñorDeLosMilagrosDeLima-4100973%20(1).pdf
- Binary place. (19 de Mayo de 2013). Obtenido de Binary place: <http://paulparicoto.blogspot.com/2013/05/estudio-de-viabilidad-y-factibilidad.html>
- Bravo, S., Azcárate, J., Rojas, A., & Narváez, C. (Enero-Junio de 2015). ANÁLISIS COMPARATIVO DE ESTRATEGIAS Y COMPETITIVIDAD ENTRE MIPYMES ASOCIADAS Y NO ASOCIADAS. (U. S. Bolívar, Ed.) *Desarrollo Gerencial*, 7(1), 102 – 121. Obtenido de <http://revistas.unisimon.edu.co/index.php/desarrollogerencial/article/view/455/443>
- Brida, J., Monterubbianesi, P., & Zapata-Aguirre, S. (abril de 2011). Impactos del turismo sobre el crecimiento economico y el desarrollo. El caso de los principales destinos turisticos de Colombia. *Pasos. Revista de turismo y Patrimonio Cultural*, 9(2), 291-303. Obtenido de www.redalyc.org/pdf/881/88117284006.pdf
- Cámara de Comercio. (2018). Obtenido de Cámara de Comercio: http://www.cambridge.org/cambridgespanish/files/6414/0906/1947/Sample_Chapter_--_Temas_de_Turismo.pdf
- Camarena Adame, M., & Tunal Santiago, G. (2009). LA RELIGIÓN COMO UNA DIMENSIÓN DE LA CULTURA. *Nómadas*, 22(2), 1-15. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18111430003>
- Cánoves Valiente, G. (2006). Turismo religioso en Montserrat: Montaña de fe, montaña de turismo. *Cuadernos de Turismo*(18), 63-76. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39801802>
- Carrazana Amador, T. (enero-junio de 2017). Las relaciones internacionales y el turismo. *Economía y Desarrollo*, 158(1), 211-224. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381016>
- Cervilla, M., & Puente, R. (2013). Modelos de negocio de emprendimientospor y para la base de la pirámide. *Ciencias Sociales (RCS)*, XIX(2), 289-308. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/280/28026992009/>

City Of Hotels. (2017). Obtenido de City Of Hotels: <https://www.city-of-hotels.es/205/operadores-turisticos/1.html>

Código Civil Ecuatoriano. (s.f.). Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/35638447/CODIGO_CIVIL.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1537400480&Signature=UaJCsYOvsUgf5SILshTl%2BYvdYU%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DCODIGO_CIVIL_ECUATORIANO.pdf

Coraggio, J., Arancibia, M., & Deux, M. (noviembre de 2010). *Guía para el Mapeo y Relevamiento de la Economía Popular Solidaria en Latinoamérica y Caribe*. Obtenido de <http://profaess.com.ar/images/Profaess/Biblioteca/Finanzas-Alternativas/RIPESS%20RLESS%20Coraggio%20Guia%20para%20mapeo%20y%20relevamiento%20ESPopular%20en%20ALyC.pdf>

Coss Bu, R. (1981). *Análisis y evaluación de proyectos de inversión* (2 ed.). Obtenido de https://books.google.com.ec/books?id=XfVvR-TwcbEC&printsec=frontcover&dq=An%C3%A1lisis+y+evaluaci%C3%B3n+de+proyectos+de+inversi%C3%B3n&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjluO_-x6bbAhXCtVMKHSBdDFQQ6AEIJTAA#v=onepage&q=An%C3%A1lisis%20y%20evaluaci%C3%B3n%20de%20proyecto

Cotrina, S. (s.f.). *Proyectos de inversion* . Obtenido de <http://imagenes.mailxmail.com/cursos/pdf/9/proyectos-inversion-6719-completo.pdf>

de Oliveira Santo, G. (2007). Modelos teoricos aplicados al turismo. *Estudios y perspectivas del turismo*, 96-110. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322007000100005&lng=es&tlng=es.

Definición. (2017). Obtenido de Definición: <https://definicion.mx/turista/>

Díaz Domínguez, A. (enero junio de 2013). Religion, adversidad y libre comercio en America Latina. *Iberóforum. Revista de Ciencias Sociales de la Universidad Iberoamericana*, 8(15), 131-155. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=211028906006>

Diego, Navarro. (enero de 2015). *Cuadernos del turismo*. Obtenido de Cuadernos del turismo: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39838701014>

Dirección Estratégica. (27 de septiembre de 2013). Obtenido de Dirección Estratégica: <http://direccionestrategica.itam.mx/ES/el-estudio-de-factibilidad-un-paso-previo-al-plan-de-negocios/>

- Duarte, T., & Ruiz, M. (diciembre de 2009). EMPRENDIMIENTO, UNA OPCIÓN PARA EL DESARROLLO. *Scientia Et Technica*, 15(43), 326-331. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=84917310058>
- Econlink. (6 de 2016). *Econlink*. Obtenido de Econlink: <https://www.econlink.com.ar/concepto-de-inversion>
- economía simple.net*. (2016). Obtenido de economía simple.net: <https://www.economiasimple.net/glosario/gastos-operativos>
- Economia.WS*. (2018). Obtenido de Economia.WS: <http://www.economia.ws/oferta-y-demanda.php>
- EcuRed*. (20 de julio de 2018). Obtenido de EcuRed: https://www.ecured.cu/Turismo_cultural
- el Economista.es*. (2016). Obtenido de el Economista.es: <http://www.eleconomista.es/diccionario-de-economia/ingresos>
- Eljuri Altamirano, G. (junio de 2004). La Virgen de la Nube en Manhattan. Religiosidad popular más allá de la frontera. *Revista Artesanías de América*, 56, 59-78. Obtenido de <http://documentacion.cidap.gob.ec:8080/handle/cidap/362>
- Emilio Argote, F., Vargas, D. P., & Villada, H. S. (julio-diciembre de 2013). Investigación de mercado sobre el grado de aceptación de mermelada de cocona en Sibundoy, Putumayo. *Revista Científica Guillermo de Ockham*, 11(2), 197-206. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=105329737015>
- Enciclopedia Financiera*. (4 de septiembre de 2014). Obtenido de Enciclopedia Financiera: <https://www.encyclopediainanciera.com/definicion-comercializacion.html>
- eumed.net*. (2012). Obtenido de eumed.net: http://www.eumed.net/libros-gratis/2012a/1157/las_rutas_turisticas_como_producto_turistico.html
- Ezone. (2018). *Superintendencia de Economía Popular y Solidaria*. Obtenido de Superintendencia de Economía Popular y Solidaria: <http://www.seps.gob.ec/noticia?conoce-la-eps>
- Finanzas*. (30 de Junio de 2018). Obtenido de Finanzas: <http://financierosudl.blogspot.com/2009/04/concepto-de-depreciacion.html>
- Finzas Proyectos*. (24 de Abril de 2015). Obtenido de Finzas Proyectos: <https://finanzasproyectos.net/factibilidad-financiera-de-un-proyecto/>

- Finzas Proyectos*. (27 de Abril de 2015). Obtenido de Finzas Proyectos:
<https://finanzasyproyectos.net/factibilidad-financiera-de-un-proyecto/>
- García, I., Solís, J., & Mantilla, X. (mayo de 2018). Impacto del turismo religioso en la ciudad de Azogues, Ecuador. Caso: Virgen de la Nube. *Revista Científica Mundo de la Investigación y el Conocimiento*, 2. Obtenido de
<http://recimundo.com/index.php/es/article/view/192/pdf>
- Gerencie.com*. (12 de Octubre de 2017). Obtenido de Gerencie.com:
<https://www.gerencie.com/precio.html>
- Gestron.es. (Marzo de 2017). *Modelo de Negocios*. Obtenido de Modelo de Negocios:
<http://gestron.es/modelo-de-negocios-definicion-y-ejemplos/>
- Gilli, J. J. (s.f.). *Responsabilidad Social*. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=357935464004>
- Guimarães, V., & Gastal, S. (abril-junio de 2014). Historiando o Turismo. *Rosa dos Ventos*, 6(2), 122-123. Obtenido de
http://www.ucs.br/etc/revistas/index.php/rosadosventos/article/view/2776/pdf_255
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5a ed ed.). México D.F.: The McGraw-Hill Interamericana. Obtenido de
https://www.esup.edu.pe/descargas/dep_investigacion/Metodologia%20de%20la%20investigacion%20de%20la%20Edici%C3%B3n%20de%20Edici%C3%B3n.pdf
- ICAZA, A. M. (2013). *Google Academico*. Obtenido de Google Academico:
<http://www.saberyvida.ute.edu.ec/pdf/biblioteca/libros/LaOtraEconomia-VariosAutores.pdf#page=173>
- IGNACIO ANDRES GARRIDO CONCHA, A. C. (2013). EVALUACIÓN ECONÓMICA DE PROYECTOS DE INVERSIÓN. *Ingeniería Industrial*, 8.
- INEC. (agosto de 2012). Primeras estadísticas oficiales sobre filiación religiosa en el Ecuador. Obtenido de http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Filiacion_Religiosa/presentacion_religion.pdf
- Inostroza V, G. (2008). Aportes para un modelo de gestión sostenible del turismo comunitario en la región andina. *Gestión turística*, 10, 77-90. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/html/2233/223314985006/>
- Korstanje, M. (enero de 2009). ESTUDIOS DE TURISMO Y PSICOLOGIA: génesis del placer en el psicoanálisis freudiano clásico. *Revista Internacional de Psicología*, 10(1). Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=6161391>

- Ley de empresas unipersonales*. (2014). Obtenido de Ley de empresas unipersonales: <https://vlex.ec/vid/ley-27-ley-empresas-643461593>
- Ley de turismo. (s.f.). Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- lifeder.com*. (2018). Obtenido de lifeder.com: <https://www.lifeder.com/fuentes-primarias-secundarias/>
- Luckmann, T. (1973). La religión invisible. *Papers: revista de sociologia*(4), 257-260. Obtenido de <https://ddd.uab.cat/pub/papers/02102862n4/02102862n4p257.pdf>
- Luna Palacios, M. (2016). Análisis del comportamiento de la música litúrgico-religiosa en el período de 1990- 2015. *Universidad de Cuenca*. Cuenca, Ecuador. Obtenido de <http://dspace.ucuenca.edu.ec/bitstream/123456789/24666/1/TESIS%20-%20M%C3%93NICA%20LUNA.pdf>
- Luque, G. A. (18 de octubre de 2017). *LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ASOCIACIONES DE LA*. Obtenido de LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ASOCIACIONES DE LA: [file:///C:/Users/USER/Downloads/La_responsabilidad_social_en_la_Economia_Popular_y_Solidaria_Arturo_Luque%20\(1\).pdf](file:///C:/Users/USER/Downloads/La_responsabilidad_social_en_la_Economia_Popular_y_Solidaria_Arturo_Luque%20(1).pdf)
- Machado Chaviano, E., & Hernández Aro, Y. (Junio de 2018). Del turismo contemplativo. *El periplo sustentable*(15), 111-122. Recuperado el mayo de 2018, de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=193415512005>
- marketeam*. (s.f). Obtenido de marketeam: <https://sites.google.com/site/marketeam210/inv/10-1-teoria-investigacion-de-mercados>
- Marketing XXI*. (2018). Obtenido de Marketing XXI: <https://www.marketing-xxi.com/concepto-de-investigacion-de-mercados-23.htm>
- Matiz, A. (3 de Diciembre de 2013). *Matiz y Asociados*. Obtenido de Matiz y Asociados: <http://www.matizyasociados.com/conceptos-modelos-de-negocio/>
- Meza Orozco, J. (2005). *Evaluación financiera de proyectos*. Obtenido de <https://www.ecoediciones.com/wp-content/uploads/2017/04/Evaluaci%C3%B3n-financiera-de-proyectos-4ta-Edici%C3%B3n.pdf>
- Ministerio de Turismo del Ecuador. (2017). *Boletín de Estadísticas turísticas*. Obtenido de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf>

- Ministerio de Turismo. (s.f.). *Ministerio de Turismo*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec>
- Molina Morejon, V. M., Garcia Hernandez, L., & Salas Jaramillo, V. V. (2013). Modelo de negocios de las Pyme: Un análisis de sus manejos financieros. *Panorama Administrativo*(13). Obtenido de file:///C:/Users/Talita%20Ortega/Downloads/106-105-1-PB.pdf
- Monterrubio Cordero, J. (junio de 2009). Comunidad receptora: Elemento esencial en la gestión turística. *Gestión turística*(11), 101 - 111. Obtenido de revistas.uach.cl/pdf/gestur/n11/art06.pdf
- Morillo M, M., Rosales L, M., & Cárdenas R, E. (julio - diciembre de 2014). Inversión turística: Una contribución educativa para la inversión en turismo receptivo. *Actualidad Contable Face*, 17(29), 87 - 107. Obtenido de www.redalyc.org/html/257/25732868006/
- Morillo Moreno, M. (enero-junio de 2011). Turismo y producto turístico. Evolución, conceptos, componentes y clasificación. *Visión Gerencial*(1), 135-158. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=465545890011>
- Murillo Murillo, I. (enero-junio de 2011). LA RELIGIÓN ANTES Y DESPUÉS DE LAS INDEPENDENCIAS. *Escritos*, 19(42), 53-77. Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/esupb/v19n42/v19n42a03.pdf>
- Orrego Correa, C. I. (2009). La fenomenología y el emprendimiento. (U. d. Norte, Ed.) *Pensamiento & Gestión*(27), 235-252. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=64612782008>
- Paroaqui.net. (28 de junio de 2018). *Paroaqui.net*. Obtenido de Paroaqui.net: <https://www.poraqui.net/glosario/paquete-tur%C3%ADstico>
- Periódico Victoria*. (2 de enero de 2018). Obtenido de Periódico Victoria: <http://periodicovictoria.mx/reflector/la-importancia-las-rutas-turisticas/>
- Pou, L., & Alegre, J. (2006). EL PAQUETE TURÍSTICO DE TODO INCLUIDO: UN ANÁLISIS DE SUS IMPLICACIONES ECONÓMICAS PARA EL CASO DE LAS ISLAS BALEARES. Obtenido de http://dea.uib.es/digitalAssets/128/128276_9.pdf
- Proyecto y Finanzas*. (20 de Abril de 2018). Obtenido de Proyecto y Finanzas: <https://finanzasyproyectos.net/factibilidad-financiera-de-un-proyecto/>
- PROYECTOS, M. 1. (s.f.). *MÓDULO 1: TEORÍA GENERAL DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS*. Obtenido de *MÓDULO 1: TEORÍA GENERAL DE LA GESTIÓN DE PROYECTOS*.

- RANKIA. (2018). Obtenido de RANKIA: <https://www.rankia.mx/blog/como-comenzar-invertir-bolsa/3319099-estados-financieros-estado-resultados-situacion-financiera>
- Registro Mercantil Cuenca. (s.f.). Obtenido de (<http://registromercantil.gob.ec/cuenca/servicios-cuenca/65-constitucion-sociedades-civiles.html>)
- Respuestas.tips*. (s.f.). Obtenido de Respuestas.tips: <https://respuestas.tips/quien-fue-simon-bolivar/>
- Ricart, J. E. (2009). Modelo de Negocio: El eslabón perdido en la dirección estratégica. *Universia Business Review*(23), 12-25. Obtenido de <http://www.redalyc.org/pdf/433/43312282002.pdf>
- Roman, C. L. (2012). Costos Históricos. En C. L. Roman, *Costos Históricos* (pág. 117). Estado de México: Eduardo Durán Valdivieso.
- Rostas, S., & Droogers, A. (1995). El uso popular de la religión popular en América Latina: una introducción. *Alteridades*, 5(9), 81-91. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=74711352008>
- Rouse, M. (Septiembre de 2015). *Techtarget*. Obtenido de Techtarget: <https://searchdatacenter.techtarget.com/es/definicion/Gestion-de-proyectos-definicion>
- Sancho, A. (2008). *Introducción al turismo*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/34235207/Introduccion_al_turismo.pdf?AWSAccessKeyId=AKIAIWOWYYGZ2Y53UL3A&Expires=1525641350&Signature=cIKXEbd9FiIPZlznEXKtb2cHguo%3D&response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DIntroduccion_al_Turism
- SECTUR. (2015). *gob.mx*. Obtenido de gob.mx: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- SECTUR. (2015). *SECTUR*. Obtenido de SECTUR: <https://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Glosario.aspx>
- SECTUR. (11 de Enero de 2017). *GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA*. Obtenido de GESTIÓN HOTELERA Y TURÍSTICA: <https://gestionhotelerasite.wordpress.com/2017/01/11/paquete-turistico-definiciones-de-distintos-autores/>
- Sergio. (15 de Mayo de 2015). *gob.mx*. Obtenido de gob.mx: <http://www.sectur.gob.mx/hashtag/2015/05/14/turismo-cultural/>

Servicio de Rentas Internas. (s.f.). Obtenido de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/requisitos-sociedades>

SildeShare. (2018). Obtenido de SildeShare: <https://es.slideshare.net/aristeo23/marco-legal-26045449>

Silva, J., de Sevilha Gosling, M., & de Freitas Coelho, M. (2016). EL MODELO DE EXPERIENCIAS APLICADO A UN MUSEO. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 25(4), 460 – 482. Obtenido de http://www.scielo.org.ar/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1851-17322016000400004&lng=es&tlng=es.

SOLICITUD REGISTRO AGENCIAS DE VIAJES . (2018). Obtenido de SOLICITUD REGISTRO AGENCIAS DE VIAJES : <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Catastro-turistico/SOLICITUD-DE-REGISTRO-AGENCIAS-DE-VIAJES-VERSION-01.pdf>

SRI-LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO. (2016). Obtenido de SRI-LEY ORGÁNICA DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO: <file:///C:/Users/majit/Downloads/Art.%2010%20Deducciones.pdf>

Terrazas ,P et al.,. (2009). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425942159005>

Torres Peñafiel, N., Fierro López, P., & Alonso Alemán, A. (enero junio de 2017). Balance de la economía popular y solidaria en Ecuador. *Economía y Desarrollo*, 158(1), 180-196. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=425553381014>

Turismo Cuenca. (Marzo de 2018). Obtenido de Turismo Cuenca: <http://cuencaecuador.com.ec/>

Vargas Quiñones, M., & Aldana de Vega, L. (2014). *Calidad y servicio* (tercera ed.). Colombia: ECOE. Obtenido de <https://books.google.com.ec/books?id=57-4DQAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>

Velasquez C, A. (2013). *Redalyc*. Obtenido de Redalyc: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=20604705>

Viajandox. (Junio de 2018). Obtenido de Viajandox: <https://www.ec.viajandox.com/loja-P34>

Vicuña et al. (2018). Ruta turística cultural anclada al libertador Simón Bolívar :Caso:Loja,Cuenca,Azogues y Cañar. *Revista ARJÉ*, 14.

vlex Ecuador-Información jurídica inteligente. (2017). Obtenido de vlex Ecuador-Información jurídica inteligente: <https://vlex.ec/vid/ley-27-ley-empresas-643461593>

Zonaeconomica. (mayo de 2018). Obtenido de Zonaeconomica:
<https://www.zonaeconomica.com/concepto-de-inversion>

Zott, C., Amit, R., & Massa, L. (2011). The Business Model: Recent Developments and Future Research. *Journal of Management*, 37(4). Obtenido de
<http://journals.sagepub.com/doi/pdf/10.1177/0149206311406265>

Zuchetti , D., Mendes de Menezes, M., & Pérez Goncalves De Moura, E. (julio-diciembre de 2013). Auto-organización política de la economía popular solidaria en brasil. *CAYAPA Revista Venezolana de Economía Social*, 13(26), 29-40. Obtenido de
<http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=62231740004>

Anexos

Anexo 1

Ilustración 1

Simón Bolívar

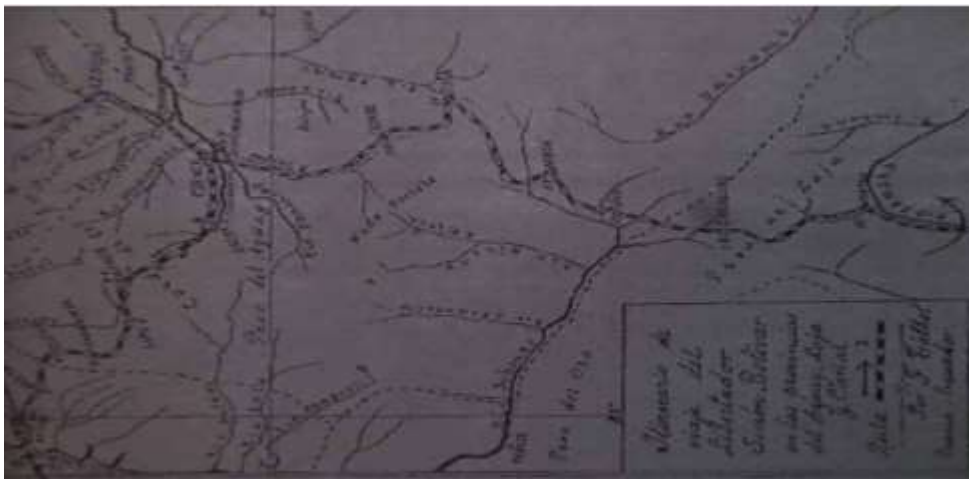


Fuente: Prensa Latina, Cuba, 2018

Anexo 2

Ilustración 2

Ruta turística anclada al Libertador Simón Bolívar



Fuente: Revista Arje, Azogues, 2018

Anexo 3

Ilustración 3

Lugares turísticos de Loja



Fuente: Karen Pincay, Ecuador, 2013

Anexo 4

Ilustración 4

Lugares turísticos de Cuenca



Fuente: Ecuador turístico, 2018

Anexo 5

Ilustración 5

Lugares turísticos de Azogues

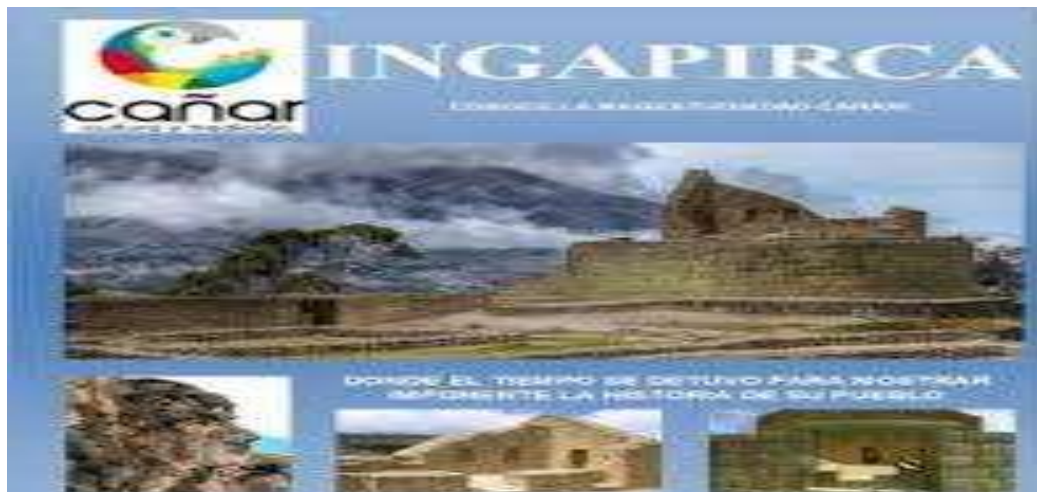


Fuente: Planeta tour operador, Azogues, 2015

Anexo 6

Ilustración 6

Lugares turísticos de Cañar



Fuente: Lcda. Reyes OrmazaVanessa Maricruz, Ambato-Ecuador, 2016

Anexo 7

Encuestas aplicadas

UNIVERSIDAD CATÓLICA DE CUENCA-SEDE AZOGUES

La presente encuesta tiene por objeto conocer las preferencias turísticas y el perfil de consumo de los turistas que visitarán la nueva Ruta Bolivariana (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar). Los resultados serán tabulados en forma general, por lo que ruego conteste con absoluta sinceridad.

Este cuestionario servirá como instrumento de recolección de datos para la realización de una investigación de tesis.

Encuesta para Turistas Nacionales y Extranjeros.

1 – Sexo del encuestado

- ☐ Masculino
- ☐ Femenino

2 – Su edad se encuentra comprendida entre:

- ☐ Menos de 19 años
- ☐ 20-24
- ☐ 25-30
- ☐ 31-35
- ☐ 36-40
- ☐ Más de 41 años

3 - Su lugar de procedencia es:

- Turista nacional
- Turista extranjero

4 - ¿Indique cuál es el motivo de su viaje?

- ☐ Turismo
- ☐ Trabajo
- ☐ Negocios
- ☐ Eventos
- ☐ Estudios
- ☐ Diversión
- ☐ Otros

5 - ¿Ha visitado por turismo en los últimos tres años, las siguientes ciudades:

Destino

/ / Loja,

/ / Cuenca,

/ / Azogues,

/ / Cañar

6-Indique el medio por el cual ha viajado.

- ☐ Agencia de viajes
- ☐ Transporte público
- ☐ Transporte propio
- ☐ Transporte de alquiler
- ☐ Transporte alquilado

7- ¿Le gustaría a usted conocer la nueva ruta turística del Libertador (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar)?

- ☐ SI
- ☐ NO
- ☐ N/C

8-¿Con que frecuencia Usted visita una ruta turística?

- ☐ Diario
- ☐ Semanal
- ☐ Mensual
- ☐ Anual

9- ¿En qué temporada es más factible que usted visite la ruta turística del Libertador (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar)?

- ☐ En sus fiestas
- ☐ Por vacaciones
- ☐ En temporadas aconsejables
- ☐ En feriados
- ☐ Cada fin de semana
- ☐ Cada mes
- ☐ Cada año
- ☐ Otro especifique

10- ¿Cuánto tiempo dedicaría usted para conocer la ruta del Libertador (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar)

- ☐ Dos días
- ☐ Tres días
- ☐ Cuatro días
- ☐ Más de cuatro días

11.- ¿Qué actividades le gustaría realizar en el tour?

- ☐ Convivencia con la comunidad
- ☐ Visita a centros arqueológicos
- ☐ Deportes de relajamiento y distracción
- ☐ Deportes extremos
- ☐ De conocimiento e intercambio cultural
- ☐ De distracción y esparcimiento en las fiestas
- ☐ Caminatas
- ☐ Todas las anteriores

12. ¿Visitaría usted la Ruta turística del Libertador (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar), solo o en compañía?

- ☐ Solo
- ☐ Con la familia
- ☐ Con amigos
- ☐ Con amigos y familia
- ☐ Con compañeros de trabajo
- ☐ Otros

13. Si su opción no es viajar solo, ¿cuántas personas le acompañarían?

- ☐ 2 -3
- ☐ 4-5
- ☐ Mas

14- ¿Su nivel de ingresos está comprendido entre?

- ☐ Menos de \$ 400 USD
- ☐ 300-500 USD
- ☐ 500-1000 USD
- ☐ 1001-1500 USD
- ☐ Más de 1501USD

15.- ¿Qué forma de pago prefiere usted utilizar en este tipo de distracción?

- ☐ Efectivo
- ☐ Tarjeta de crédito
- ☐ Crédito

16.- ¿Qué tipo de alojamiento le gustaría recibir mediante realiza el tour en la nueva ruta del Libertador (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar)?

- ☐ Hotel 5 estrellas
- ☐ Hotel 4 estrellas
- ☐ Hostal
- ☐ Cabañas o apartamento
- ☐ Camping
- ☐ En casa de amigos/parientes
- ☐ Otro (Por favor especifique)

17.- Cuánto estaría dispuesto usted a pagar por el tour en esta nueva ruta turística denominada la ruta del Libertador (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar) Costo por día incluye, hospedaje, alimentación, guía para su movilización, etc.,

- ☐ Menos de 100\$
- ☐ 100-200
- ☐ 200-300
- ☐ 300-400
- ☐ Más de 400

18.- A través de qué medios le sería más cómodo saber de nosotros y nuestro servicio.

- ☐ Internet intermediadoras turísticas
- ☐ Publicidad impresa y repartida estratégicamente
- ☐ Medios oficiales del estado
- ☐ Vallas publicitarias
- ☐ Otros

19.- Cual sería el medio por el que le gustaría recibir el servicio de pre-venta.

- ☐ Telefónica
- ☐ Internet
- ☐ Personal
- ☐ por correo

20.- Qué servicio adicional sugeriría usted para la actividad de servicios turísticos.

- ☐ Guías bilingües
- ☐ Piscina
- ☐ Canchas deportivas
- ☐ Cuadrones, bicicletas montañeras
- ☐ Comidas típicas
- ☐ Otros

Anexo 8

Manera en la que se efectuaron las encuestas

Las encuestas fueron realizadas vía online a turistas nacionales y extranjeros, se realizaron 384 encuestas.

Las encuestas fueron realizadas a 3 páginas las cuales fueron: Mochileros Ecuador con un número de 19 506 personas que conforman la página. Hospedaje Mochileros Turismo Ecuador con una cifra de 1 977 y Mochileros Argentina con una cifra de integrantes de 4 848.

Ilustración 7

Página de Mochileros Ecuador



Fuente: Mochileros Ecuador, 2018

Ilustración 8

Página Hospedaje Mochileros Turismo Ecuador



Fuente: Hospedaje Mochileros Turismo Ecuador, 2018

Ilustración 9

Página Mochileros de Argentina



Fuente: Mochileros de argentina, 2018

Los pasos que se utilizaron para la realización de las encuestas fueron los siguientes:

1. Se creó la encuesta en Google Drive

Ilustración 10

Página en la que se realizarón las encuestas

PREGUNTAS

RESPUESTAS

Encuesta para Turistas Nacionales y Extranjeros.

La presente encuesta tiene por objeto conocer las preferencias turísticas y el perfil de consumo de los turistas que visitarán la nueva Ruta Bolivariana (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar). Los resultados serán tabulados en forma general, por lo que ruego conteste con absoluta sinceridad.

1 – Sexo del encuestado

☐ Mujer

☐ Hombre

2 – Su edad se encuentra comprendida entre: *

☐ ☐ Menos de 19 años

☐ ☐ 20-24

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

2. Envió del enlace mediante la Red Social: Facebook

LINK:<https://docs.google.com/forms/d/1D4kGVRUL-Jxe0drNXxgPCL7THcsdMWsQEvSHMNDOuvM/edit>

3. Resultados de las Encuestas

Anexo 9

Tabulaciones de la encuesta

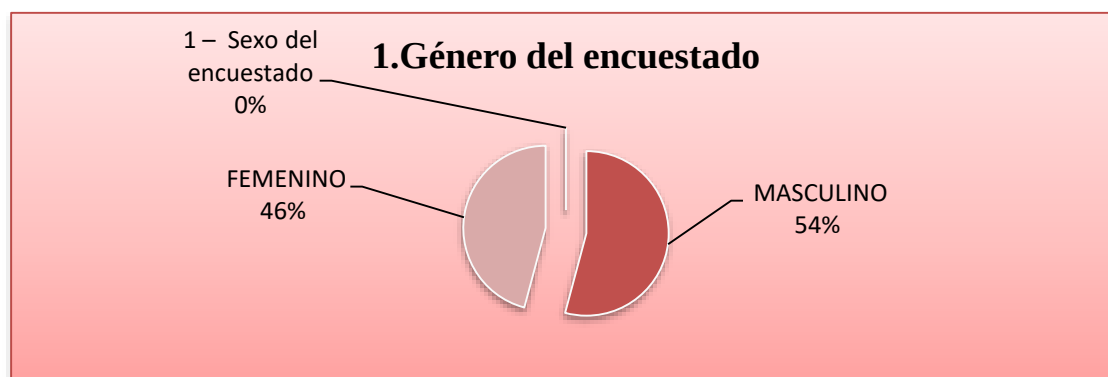
Tabla 36

Género del encuestado

Masculino	208	54%
Femenino	176	46%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 3



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

La encuesta realizada tuvo un total de 384 personas encuestadas, dentro de las cuales el 54% representado por 208 personas son de género masculino, y 176 personas que representan el 46% restante corresponde al género femenino.

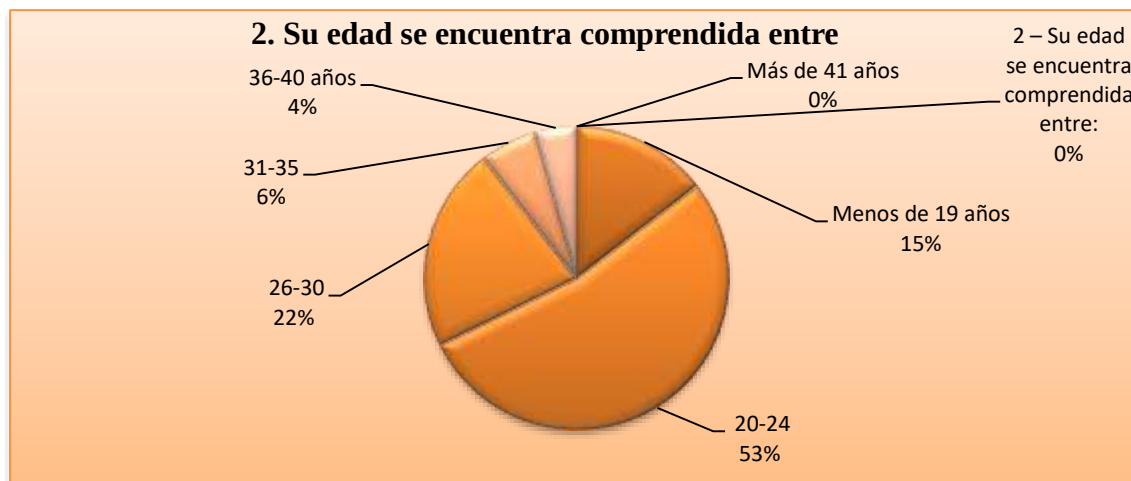
Tabla 37

Edad del encuestado

Menos de 19 años	56	15%
20-25	204	53%
26-30	84	22%
31-35	23	6%
36-40 años	17	4%
Más de 41 años	0	0%
TOTAL	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 4



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Mediante el gráfico anterior se puede determinar que, del rango de edades comprendidas entre menos de 19 años hasta más de 41 años, las personas que más viajan tienen un rango de edad de 20 a 24 años.

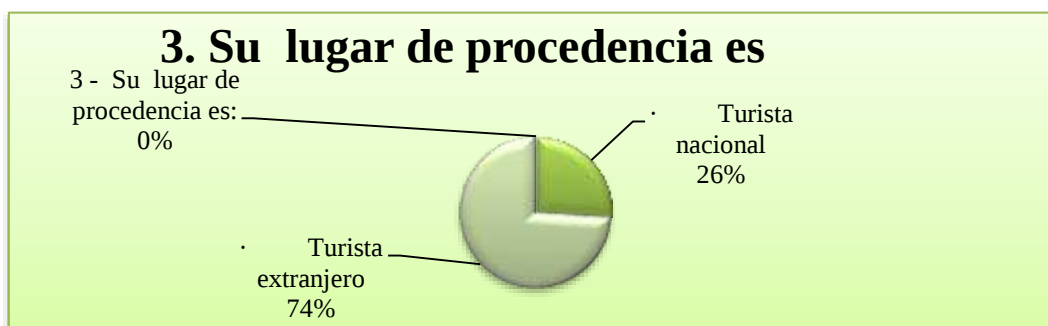
Tabla 38

Lugar de procedencia.

	· Turista nacional	100	26%
	· turista extranjero	284	74%
Total		384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 5



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

El gráfico anterior representa que de los 384 turistas encuestados 284 turistas son extranjeros dándonos un porcentaje del 74%, y 100 son turistas nacionales con un porcentaje del 26%, lo que significa claramente que nuestro país tiene una gran aceptación turística por parte de personas extranjeras.

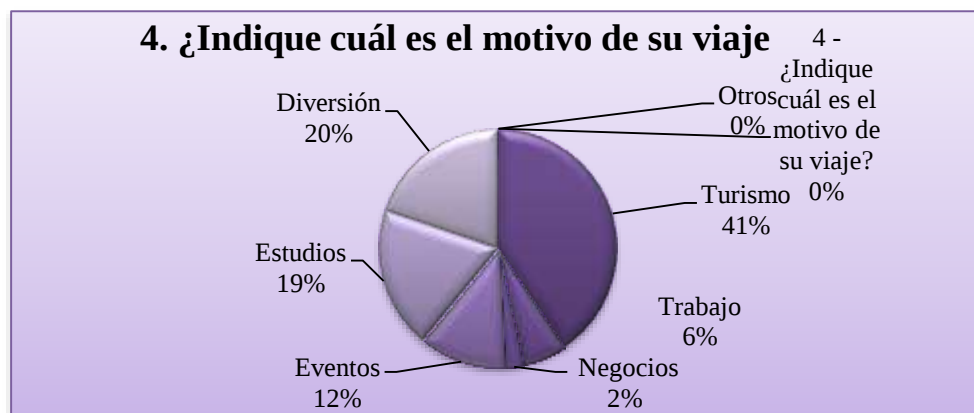
Tabla 39

Motivo del viaje.

Turismo	156	41%
Trabajo	23	6%
Negocios	10	3%
Eventos	45	12%
Estudios	74	19%
Diversión	76	20%
Otros	0	0%
TOTAL	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 6



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

En la pregunta 4 del motivo del viaje se puede observar claramente que de las 384 encuestas, 156 personas con un porcentaje del 41% por el motivo que más viajan es por turismo, seguido con un porcentaje del 20% las personas viajan por motivos de diversión, un 12% viajan

por motivos de estudios y eventos, y que tan solo un 2% viaja por motivos de negocios, lo que significa que el turismo es el motivo esencial por el que la mayoría de turistas realizan sus viajes.

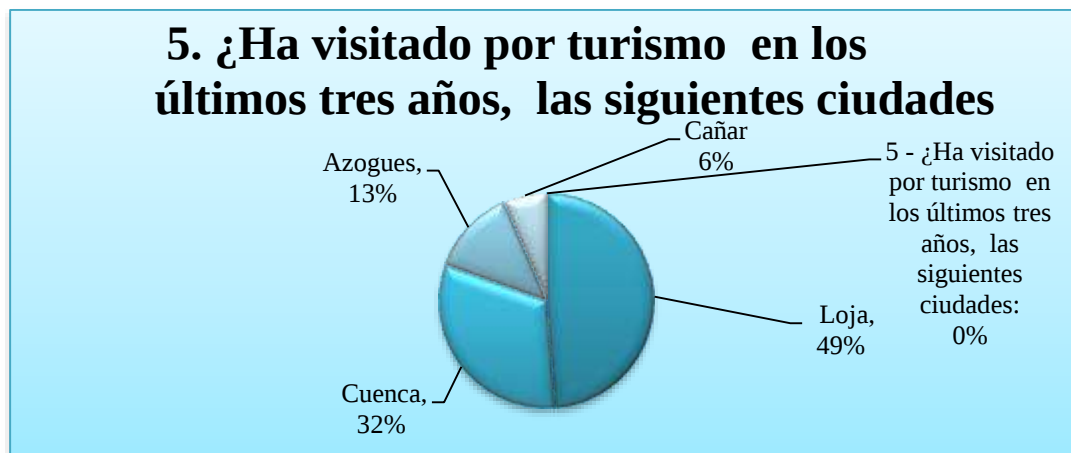
Tabla 40

Vista por motivos de turismo a las ciudades: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.

Loja	187	49%
Cuenca	122	32%
Azogues	50	13%
Cañar	25	7%
TOTAL	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 7



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Según el gráfico anterior se puede interpretar que de los 384 encuestados ,187 personas con un 49%, durante los últimos 3 años han viajado a la ciudad de Loja, y la segunda ciudad más visitada con un porcentaje del 32% es la ciudad de Cuenca, le sigue Azogues con un 13%, y un 6% Cañar, lo que significa en general que estas ciudades que formarán la ruta son conocidas por los turistas.

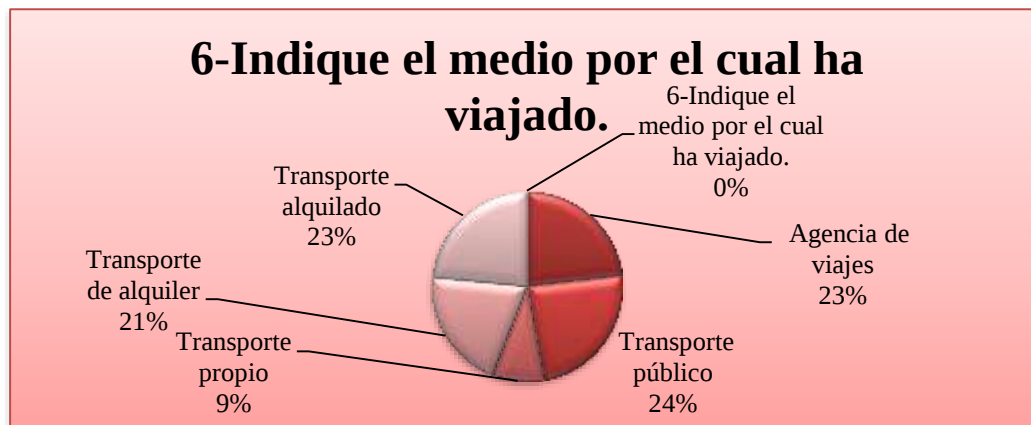
Tabla 41

Medio por el que ha viajado

Agencia de viajes	89	23%
Transporte público	92	24%
Transporte propio	34	9%
Transporte de alquiler	79	21%
Transporte alquilado	90	23%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 8



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

De las 384 personas encuestadas, 92 personas con un porcentaje del 24% han viajado más por medio de transporte público, seguido el transporte alquilado y las agencias de viajes con un 23%. Lo que significa que, si bien las personas más viajan por mediante transporte público, las agencias de viajes son la segunda opción con una gran aceptación al momento que eligen los turistas a la hora de viajar.

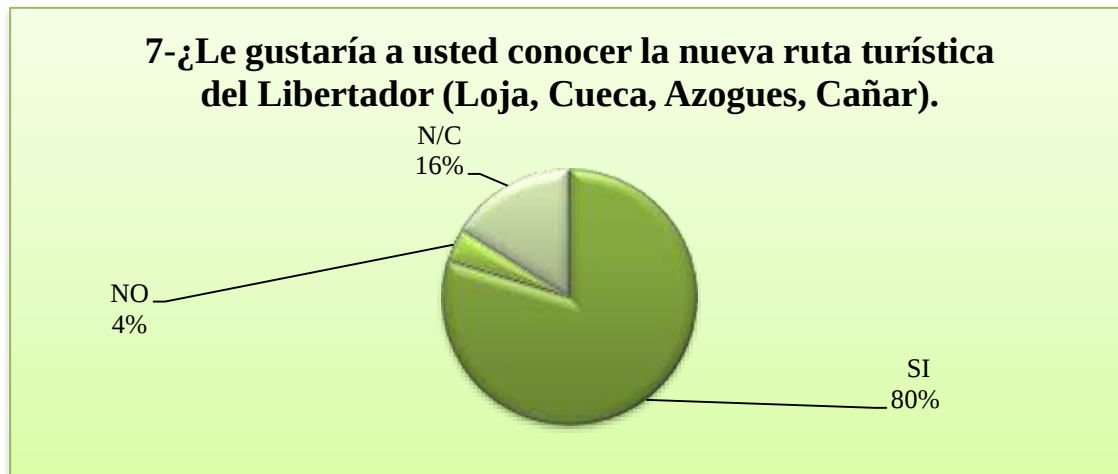
Tabla 42

Nivel de aceptación por parte de los turistas a la nueva ruta turística del Libertador: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.

SI	198	52%
NO	64	17%
N/C	122	32%
TOTAL	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 9



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

El gráfico anterior representa que de los 384 encuestados, un porcentaje del 80% que está representado por 306 personas les gustaría conocer la nueva ruta turística del libertador (Loja, Cuenca, Azogues, Cañar), no obstante 62 personas con un porcentaje del 16% no saben si les gustará conocer la nueva ruta.

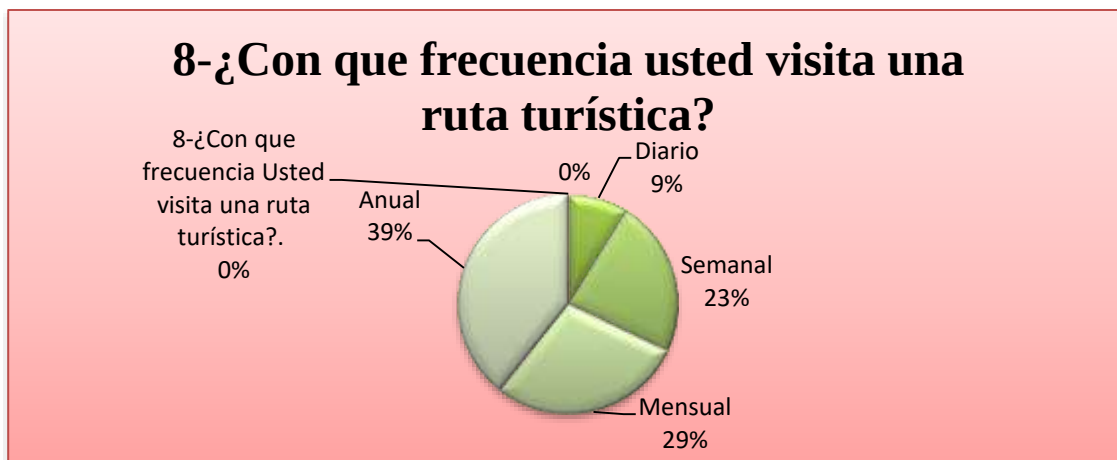
Tabla 43

Frecuencia en que los turistas visitan una ruta turística.

Diario	34	9%
Semanal	89	23%
Mensual	110	29%
Anual	151	39%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 10



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Según la gráfica anterior se puede deducir claramente que de los 384 encuestados ,151 turistas con un 39% han dicho que visitan una ruta turística cada año, y tan solo 34 turistas con un 9% han contestado que visitan una ruta turística diariamente, lo que significa que las rutas turísticas son visitadas por temporadas, ya que estas suelen tomar tiempo en recorrerlas.

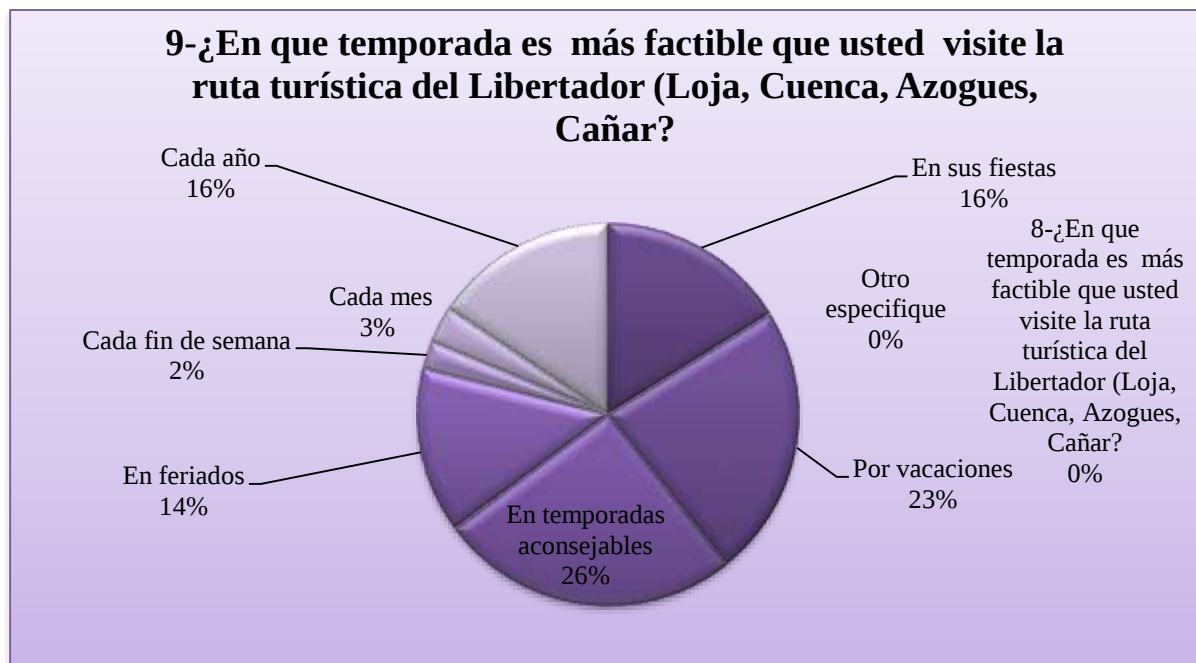
Tabla 44

Temporadas en las que son más factibles que visiten la ruta turística del Libertador: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar.

En sus fiestas	62	16%
Por vacaciones	89	23%
En temporadas aconsejables	98	26%
En feriados	54	14%
Cada fin de semana	9	2%
Cada mes	12	3%
Cada año	60	16%
Otro especifique	0	0%
TOTAL	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 11



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

En la pregunta 9 de la temporada en la que es más factible que visiten la ruta turística del Libertador: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, de las 384 personas encuestadas 98 con un porcentaje del 26% viajarían en temporadas aconsejables, seguida por 89 personas con un porcentaje del 23% viajarían por motivo de vacaciones.

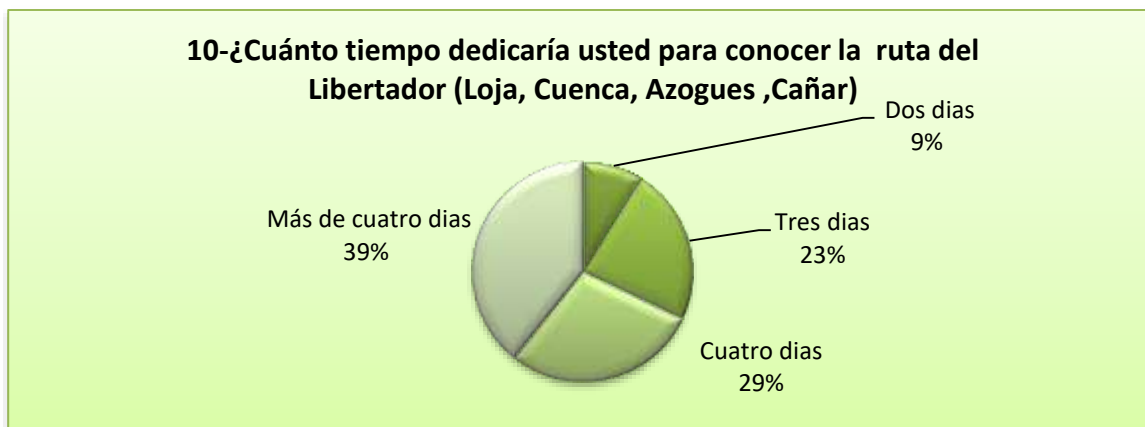
Tabla 45

Tiempo en el que les gustaría conocer la ruta del Libertador: Loja, Cuenca, azogues, Cañar.

Dos días	34	9%
Tres días	89	23%
Cuatro días	110	29%
Más de cuatro días	151	39%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 12



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

De los 394 encuestados ,190 con un porcentaje del 50% les gustaría conocer durante dos días la ruta del Libertador: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, a 109 personas con un porcentaje del 28% les gustaría durante 3 días la nueva ruta.

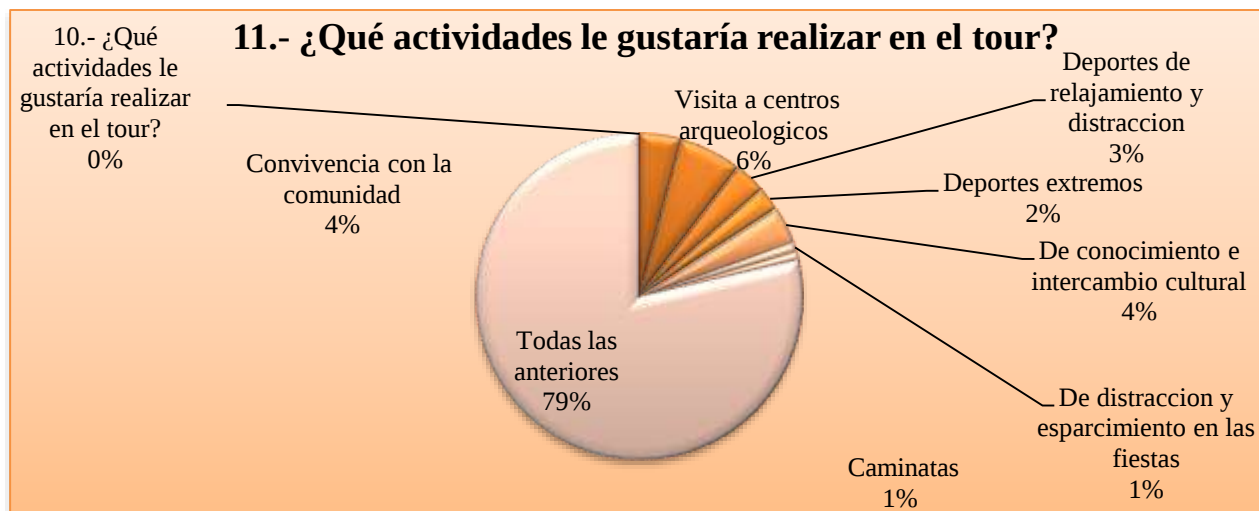
Tabla 46

Actividades que les gustaría realizar en el tour.

Convivencia con la comunidad	16	4%
visita a centros arqueológicos	24	6%
Deportes de relajamiento y distracción	12	3%
Deportes extremos	9	2%
De conocimiento e intercambio cultural	14	4%
De distracción y esparcimiento en las fiestas	4	1%
Caminatas	3	1%
Todas las anteriores	302	79%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 13



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

De las opciones de la pregunta de las actividades que les gustaría realizar en el tour, de los 384 encuestados un 79% han respondido que les gustaría realizar todas las actividades que se encuentran dentro de la pregunta.

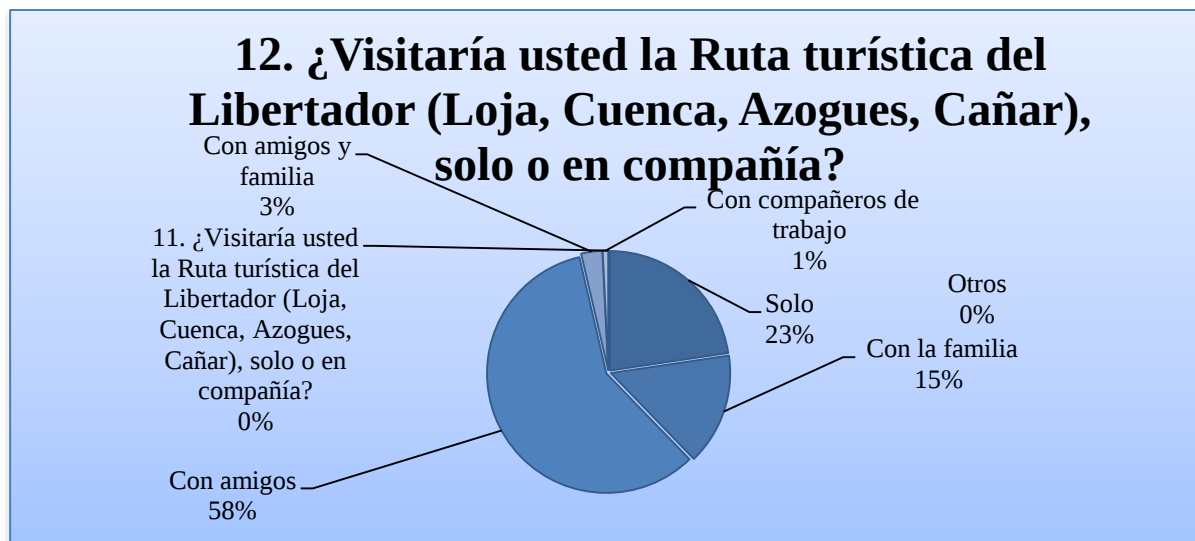
Tabla 47

Con quien o quienes visitarían la Ruta del Libertador: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar

Solo	87	23%
Con la familia	58	15%
Con amigos	225	59%
Con amigos y familia	11	3%
Con compañeros de trabajo	3	1%
Otros	0	0%
TOTAL	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 14



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Según el gráfico anterior de los 384 encuestados, a 225 con un porcentaje del 58% viajaría con amigos, seguidos de un porcentaje del 23 % que viajarían solos, y tan solo un 15% viajarían con la familia. Lo que quiere decir que a los turistas les gusta viajar más con amigos.

Tabla 48

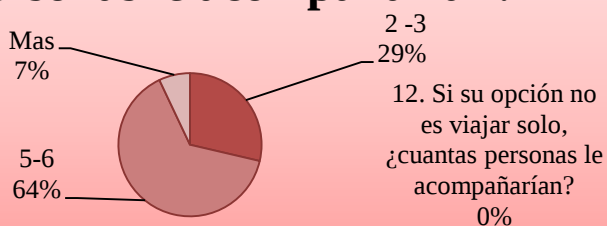
Número de personas con las que viajarían.

2 -3	110	29%
4 – 5	247	64%
Mas	27	7%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 15

13. Si su opción no es viajar solo, ¿cuántas personas le acompañarían?



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

De los 384 encuestados un 64% viajarían con 5 o 6 personas, un 29% viajarían con 2 o 3, y tan solo un 7% viajarían con más personas.

Tabla 49

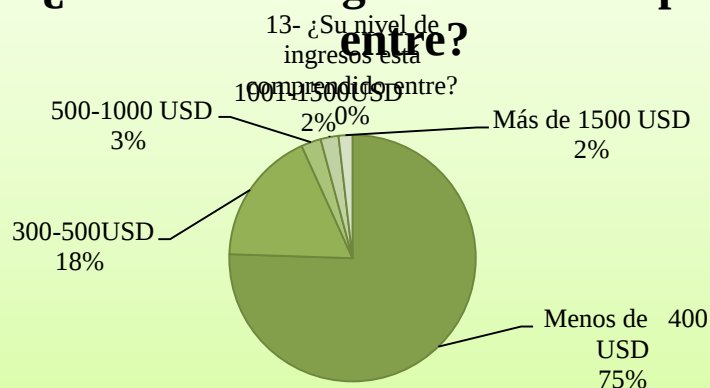
Nivel de ingresos.

Menos de 400 USD	290	76%
300-500USD	68	18%
500-1000 USD	10	3%
1001-1500USD	9	2%
Más de 1500 USD	7	2%
TOTAL	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 16

14- ¿Su nivel de ingresos está comprendido entre?



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

De acuerdo con la pregunta 14 del nivel de ingresos en el que están comprendidos los 384 encuestados ,290 con un porcentaje del 75% tienen un nivel de ingresos de menos de 400 USD, y le sigue 68 personas con un porcentaje del 18% que tiene un nivel de ingresos comprendidos entre 300 a 500USD.

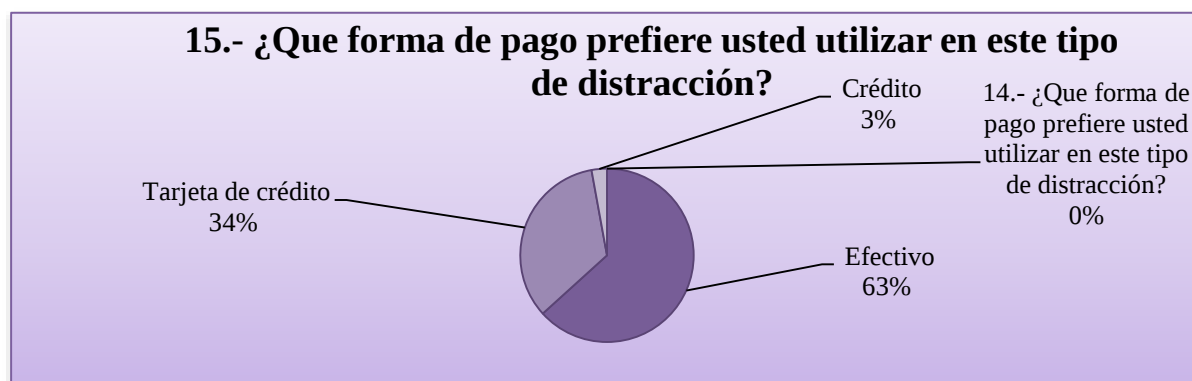
Tabla 50

Formas de pago en las que prefieren utilizar este tipo de distracción.

Efectivo	243	63%
Tarjeta de crédito	130	34%
Crédito	11	3%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 17



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

De la pregunta 15 de las formas de pago que prefieren utilizar los 384 turistas este tipo de distracción ,243 personas han respondido que les gustaría pagar en efectivo dándonos un porcentaje del 63%, lo que demuestra que las personas pagarían más con dinero en efectivo.

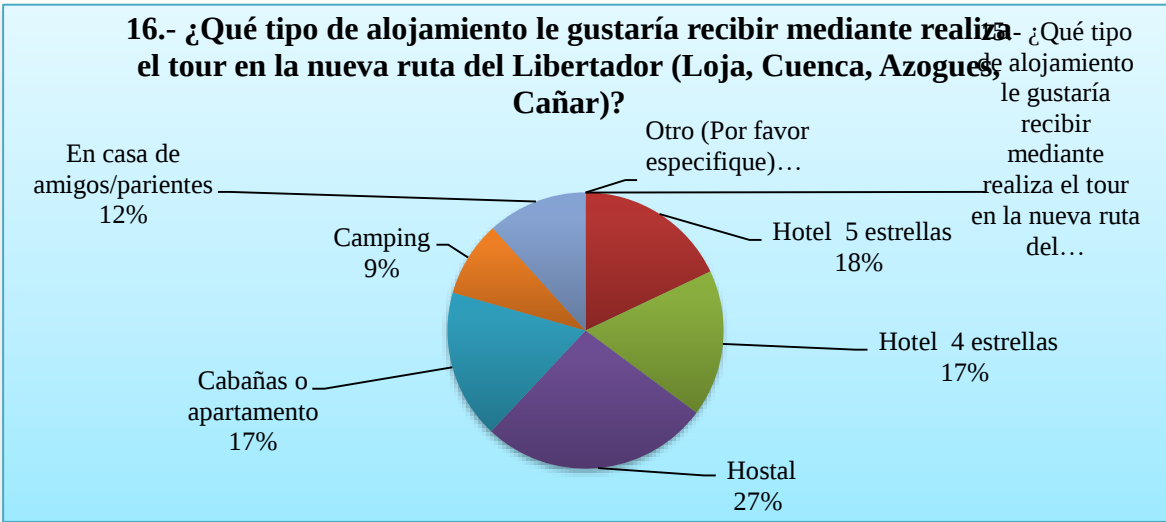
Tabla 51

Tipo de alojamiento que les gustaría recibir a los turistas mediante el tour.

Hotel 5 estrellas	69	18%
Hotel 4 estrellas	66	17%
Hostal	103	27%
Cabañas o apartamento	67	17%
Camping	34	9%
En casa de amigos/parientes	45	12%
Otro (Por favor especifique)	0	0%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 18



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Según la gráfica anterior del tipo de alojamiento que les gustaría recibir a los 384 turistas mediante en tour de la nueva ruta del Libertador: Loja, Cuenca, Azogues, Cañar, la mayor parte de ellos con un número de 103 de ellos que representan el 27% les gustaría un hostal como alojamiento mediante el tour, y a 69 de ellos que representan un 18% les gustaría alojarse en un hotel de 5 estrellas.

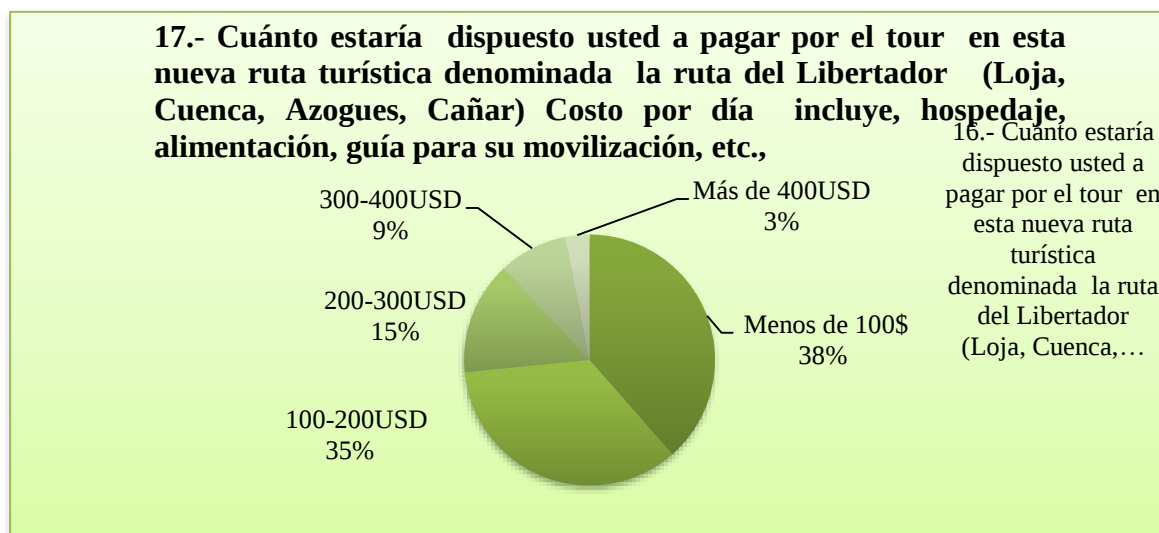
Tabla 52

Costo por día que estarían dispuestos a pagar los turistas por el tour de la nueva ruta turística: Loja, Cuenca, Azogues, Caña.

Menos de 100\$	148	39%
100-200USD	134	35%
200-300USD	56	15%
300-400USD	34	9%
Más de 400USD	12	3%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 19



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

De los 384 encuestados 148 personas con un porcentaje del 38% han respondido que están dispuestos a pagar por día durante el tour menos de 100USD, y con un porcentaje del 35% que están representados por 56 personas han dicho que están dispuestos a pagar entre 100 y 200 USD.

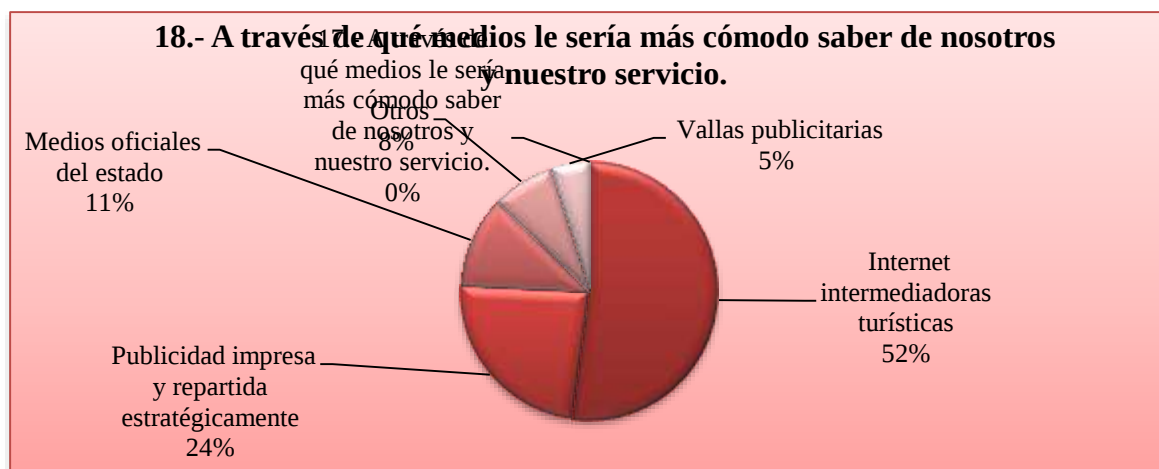
Tabla53

Medios por los cuáles les gustaría saber de nuestros servicios.

Internet intermediadoras turísticas	200	52%
Publicidad impresa y repartida estratégicamente	91	24%
Medios oficiales del estado	44	11%
Otros	30	8%
Vallas publicitarias	19	5%
TOTAL	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 20



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Mediante el gráfico anterior de los medios que les sería más cómodos recibir nuestros servicios, de los 384 encuestados 200 de ellos han dicho respondido que les gustaría saber de nosotros mediante internet intermediadoras turísticas dándonos un porcentaje del 52%, y le sigue la publicidad impresa y repartida estratégicamente con un porcentaje del 24%.

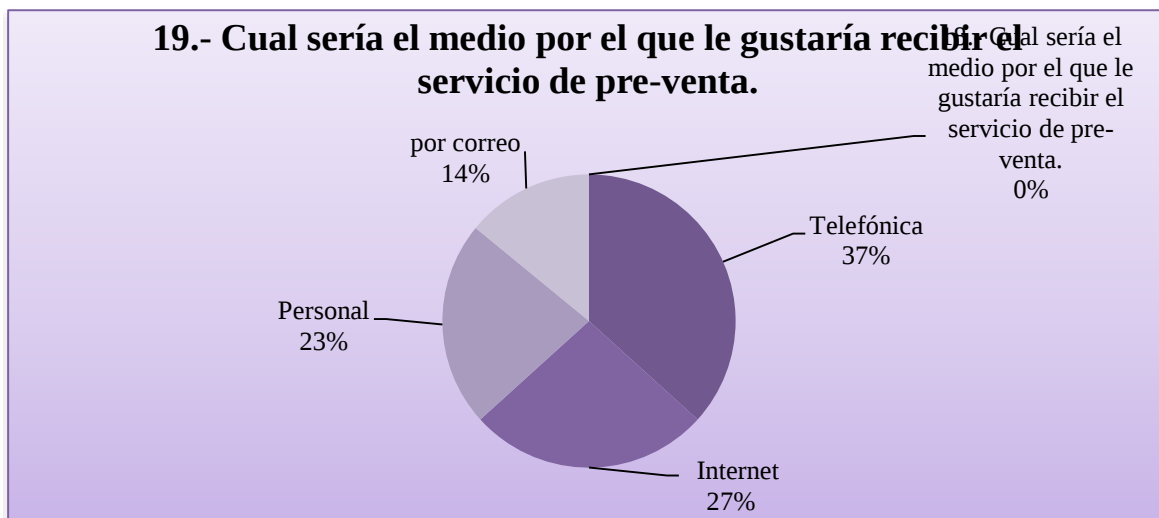
Tabla 54

Medio por el que le gustaría recibir a los turistas el servicio de preventa.

Telefónica	141	37%
Internet	102	27%
Personal	87	23%
por correo	54	14%
Total	384	100%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 21



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

De las 384 encuestas realizadas a los turistas extranjeros y nacionales 141 de los turistas encuestados con un porcentaje del 37% han respondido que les gustaría recibir el servicio preventa vía telefónica, y 102 con un porcentaje del 27% han dicho que les gustaría recibir el servicio preventa vía internet.

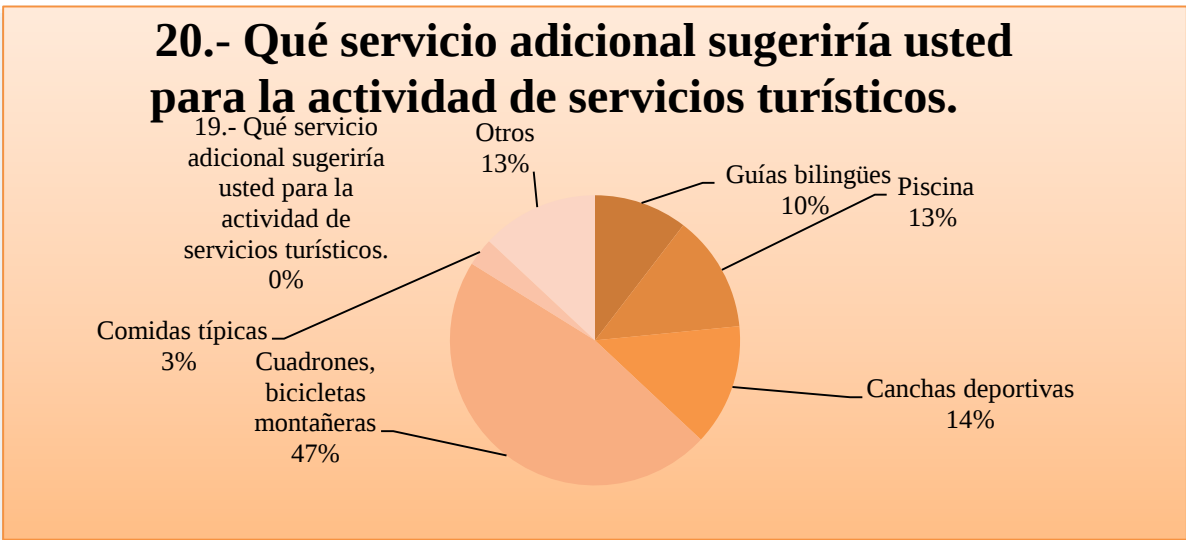
Tabla 55

Servicio adicional que sugeriría el turista para la actividad de servicios turísticos.

Guías bilingües	40	10%
Piscina	50	13%
Canchas deportivas	52	14%
Cuadrones, bicicletas montaÑeras	180	47%
Comidas típicas	12	3%
Otros	50	13%
TOTAL	384	77%

Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

Gráfico 22



Elaboración: María José Peñaloza Urgiles, Ecuador, 2018

De los 384 encuestados el servicio adicional que sugerirían para la actividad de servicios turísticos ,101 de ellos con un porcentaje del 26% han sugerido que el servicio adicional que más le gustaría que haya durante el tour son cuadrones, bicicletas montaÑeras, como segunda opción con un porcentaje del 14% han sugerido que les gustaría que existan canchas deportivas.

Anexo 10

Tabla 56

Detalle de la inversión inicial

	Activo	Descripción	Cantidad	Precio unitario	Precio total
Activo fijo	Equipo de cómputo	Computadora	1	800	800
		Impresora	1	240	240
	Total				1040
	Otro equipo	Televisor	1	800	800
	Total				800
Mobiliario		Silla	1	50	50
		Silla giratoria	1	110	110
	Total				160
	Total activos fijos				2000
Activo variable	Gastos de pre-operación	Estudios del proyecto		2000	2000
		Permiso de funcionamiento		250	250
	Total				2250
	Gastos de adecuación	Diseño arquitectónico		400	400
		Adecuación del espacio		3000	3000
Total activos variables	Total				3400
Total activos fijos+variables					7650

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Anexo 11

Gastos detallados

En este punto, se detallan cada uno de los costos y gastos administrativos y gastos de venta que son necesarios para que la empresa opere con normalidad. En su área gerencial se necesita un gerente de la organización para quien se propone un sueldo de \$600,00 mensuales más

beneficios de ley, así como también se requiere de un vendedor de counter quien solo laborará los días viernes fuera de la empresa lo que estará detallado en el contrato de trabajo siguiendo la ley del código laboral se procederá a realizar el sueldo por día laboral.

Tabla 57

Detalle de sueldos del área administrativa (Gerente)

Cargo	Sueldo básico	Sueldo básico año	Decimo iv	Decimo iii	IESS	Vacaciones	Total
Gerente	600,00	7.200,00	386,00	600,00	797,20	250,00	9.233,20
Total	600,00	7.200,00	386,00	600,00	797,20	250,00	9.233,20

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Tabla 58

Detalle de sueldos del área administrativa (Counter)

CARGO	SUELDO POR DÍA	SUELDO MENSUAL	Sueldo Anual
Counter	25,00	100,00	1200,00
Total			1200,00

Mediante el plan de producción se requiere un guía turístico para dar inicio a las operaciones de la operadora turística “Bolívar Trips” en su primer ciclo. En el contrato se detallará que las funciones del trabajador serán realizadas los viernes, sábado y domingo por lo que, siguiendo la ley del código laboral se determina el sueldo por horas.

Tabla 59

Detalle de sueldos de guía turístico

Cargo	Sueldo por hora	Sueldo por día	Sueldo por 3 días	Sueldo mensual	Sueldo anual
Guía turístico	3	24	72	288	3456
Total					3456

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Tabla 60

Detalle de gastos de oficina

Cantidad	Unidad de medida	Detalle	Precio unitario	Valor total	Valor anual
2	Resmas	Papel a4	5	10	120
1	Facturero	Contable	25	25	25
1	Cartuchos	Tinta	15	15	45
1	Paca	Esferos Big	6	6	36
2	Sello	Digital	15	30	60
1	Arriendo	Sitio	80	80	960
Total					1246

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Tabla 61

Detalle de gastos de ropa de trabajo

Descripción	Precio unitario
Gerente	200
Counter	100
Guía turístico	100

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Tabla 62

Detalle de gastos de servicios básicos

Descripción	Precio mensual	Precio anual
Luz	50	600
Internet	35	420
Teléfono	45	540
Total	130	1560

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Tabla 63

Detalle de gastos de Mantenimiento

Descripción	Costo unitario	Precio mensual	Precio anual
Escoba	3,50	3,50	42
Limpiadores de vitrina	15	15	180
Recogedor	5,00	5,00	60
Guantes	2,50	2,50	30
Franela	2,0	2,0	24
Trapeador	6,00	6,00	72
Total		34,00	175

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Anexo 12

Gastos detallados del paquete turístico “Complete Libertador”

En este contexto se determinó el precio de cada plato, como también se da a conocer uno de los menús que se servirán durante el recorrido del tour, estos platos que se servirán serán típicos de cada ciudad, vale deducir que cada semana iremos cambiando de menú, en concordancia con los hoteles y restaurants contratados para prestar este servicio, generando así otra ventaja competitiva hacia la competencia.

Tabla 64

Detalle de gastos de Alimentación

ALIMENTACIÓN						
Nº	LUGAR	DETALLE		PROVEEDOR	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	LOJA	ALMUERZO GALA(Gallina Cuyada+jugo al gusto)		HOSTERIA"EL DESCANSO DE RAMSÉS"	0,00	El precio esta incluido dentro del costo de Alojamiento
2	LOJA	CENA(Tamal de pollo +jugo al gusto)		HOSTERIA "EL DESCANSO DE RAMSÉS"	0,00	El precio esta incluido dentro del costo de Alojamiento
3	LOJA	DESAYUNO CONTINENTAL		HOSTERIA "EL DESCANSO DE RAMSÉS"	0,00	El precio esta incluido dentro del costo de Alojamiento
4	BUSA	ALMUERZO (LIBRE)		RESTAURANTE "DON MARIOS"	10,00	10,00
5	CUENCA	CENA(Hornado con yapingacho)		HOTEL PRESIDENTE	0,00	El precio esta incluido dentro del costo de
6	CUENCA	DASAYUNO AMERICAMO		HOTEL PRESIDENTE	0,00	incluido dentro del costo de Alojamiento
7	AZOGUES	ALMUERZO(Crema de tomate+seco de pollo)		LOS PICANTES DE AZOGUES	5,00	5,00
8	CAÑAR	CENA(Tallarín en salsa de queso+jugo al gusto)		RESTAURANTE"POSADA INGAPIRCA	5,00	5,00
TOTAL						20,00

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Tabla 65

Detalle de gastos de Hospedaje

Nº	Lugar	Detalle	Imagen	Proveedor	Costo unitario	Costo total
1	Loja	Alojamiento 1 noche		Hosteria "El descanso de Ramsés"	40	40
2	Cuenca	Alojamiento 1 noche		Hotel presidente	40	40
Total						80

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Tabla 66

Detalle de gastos de entrada a museos y sitios arqueológicos

Nº	Lugar		Detalle	Costo total	0
1	Loja		Parque recreacional Jipiro	2,00	2,00
2	Busa		Laguna de Busa	1,00	1,00
3	Cuenca		Centro histórico cuenca, catedral vieja	1,00	1,00
4	Cuenca		Monasterio de las Concepciones	1,00	1,00
5	Cuenca		Plaza calderón	0,00	0,00
6	Cuenca		Casa de la mujer	1,00	1,00

7	Turi		Mirador de Turi	1,00	1,00
8	Azogues		Esculturas talladas "Javier Loyola"	2,00	2,00
9	Azogues		Complejo arqueológico de Cojitambo	0,00	0,00
10	Azogues		Propiedad de las hermanas la providencia	2,00	2,00
11	Azogues		Santuario "san francisco"	1,00	1,00
12	Cañar		Centro arqueológico "Ingapirca"	2,00	2,00
Total					14,00

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Tabla 67

Detalle de gastos de Material didáctico

Nº	LUGAR	DETALLE	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Loja	Materiales impresos y fotocopiados	2,00	2,00
2	Busa	Materiales impresos y fotocopiados	2,00	2,00
3	Cuenca	Materiales impresos y fotocopiados	2,00	2,00
4	Azogues	Materiales impresos y fotocopiados	2,00	2,00
5	Cañar	Materiales impresos y fotocopiados	2,00	2,00
TOTAL				10,00

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

Anexo 13

Ilustración 18

Publicidad de emprendimiento para microempresas “Cooperativa Cacpe”



CACPE
BIBLIAN COOPERATIVA
DE AHORRO Y CRÉDITO

INVITA a la colectividad
a formar parte del **programa**

todos podemos !!
PLAN PARA EMPRENDEDORES

**CONVOCATORIA ABIERTA A
FUTUROS EMPRENDEDORES**

para jóvenes y adultos
que tengan en mente una iniciativa
que deseen emprenderlo
con el apoyo técnico y financiero de la Cooperativa

Cierre de inscripciones: **10 de junio / 2018**

INSCRIPCIONES GRATUITAS en las sucursales de la Cooperativa

www.cacpebiblian.fin.ec

Facebook and Twitter icons

Anexo 14

Tabla 68

Detalle del flujo de caja

Rubros	Costos Pre operación	AÑOS				
		1	2	3	4	5
A. Ingresos operacionales						
Venta		72.028,80	144.057,60	216.086,40	288.115,20	288.115,20
Costo de Venta		58.560,00	117.120,00	175.680,00	234.240,00	234.240,00
Total		13.468,80	26.937,60	40.406,40	53.875,20	53.875,20
B. Egresos operacionales						
Gastos de Administración		17.414,20	17.414,20	17.414,20	17.414,20	17.414,20
Gastos de Ventas		5.676,00	5.676,00	5.676,00	5.676,00	5.676,00
Total		23.090,20	23.090,20	23.090,20	23.090,20	23.090,20
C. Flujo operacional (a-b)	-	-9.621,40	3.847,40	17.316,20	30.785,00	30.785,00
D. Ingresos no operacionales						
Valor Residual activos						872,00
Valor residual capital de trabajo						5.772,55
Total						6.644,55
E. Egresos no operacionales						
Pre-inversiones	2.250,00					
Obra civil	3.400,00					
Equipamiento	2.000,00					

Capital de trabajo	5.772,55					
Pago de impuesto a la renta		-2.060,98	512,70	3.093,36	5.648,48	5.648,48
Pago de crédito		3.140,55	3.140,55	3.140,55	-	-
Pago de utilidades		-1.653,20	411,26	2.481,31	4.530,87	4.530,87
Total	13.422,55	-573,63	4.064,50	8.715,21	10.179,35	10.179,35
F. Flujo no operacional	-13.422,55	573,63	-4.064,50	-8.715,21	-10.179,35	-3.534,80
G. Flujo neto generado	-13.422,55	-9.047,77	-217,11	8.600,98	20.605,64	27.250,19
H. Flujo neto acumulado		9.047,77	217,11	-8.600,98	-20.605,64	-27.250,19

Fuente: María José Peñaloza, Ecuador, 2018

