

**UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK**  
**MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**  
**FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES Y JURÍDICAS**

***Plan de Investigación de fin de carrera titulado:***

Estudio del costo de transporte turístico al aeropuerto mariscal sucre y su incidencia como eje propulsor de emprendimiento y plazas de trabajo juveniles, año 2015

***Realizado por:***

MARCO ANTONIO MUÑOZ SÁNCHEZ.

***Director del Proyecto:***

*ECON. RODRÍGUEZ SÁENZ MBA*

**Como requisito para la obtención del título de:**

**MAESTRIA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS,  
MBA**

## **DECLARACIÓN JURAMENTADA**

Yo, Marco Antonio Muñoz Sánchez, con cédula de identidad # 171219766-2 declaro bajo juramento que el trabajo aquí desarrollado es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado a calificación profesional; y, que ha consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en este documento.

A través de la presente declaración, cedo mis derechos de propiedad intelectual correspondientes a este trabajo, a la UNIVERSIDAD INTERNACIONAL SEK, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su reglamento y por la normativa institucional vigente.

**MARCO ANTONIO MUÑOZ SÁNCHEZ**

C.C.: 171219766-2

## DECLARATORIA

El presente trabajo de investigación titulado:

“Estudio del costo de transporte turístico al aeropuerto mariscal sucre y su incidencia como eje propulsor de emprendimiento y plazas de trabajo juveniles, año 2015”

Realizado por:

MARCO ANTONIO MUÑOZ SÁNCHEZ

Como Requisito para la Obtención del Título de:

MBA

Ha sido dirigido por el profesor

*ECON. RODRÍGUEZ SÁENZ MBA*

Quien considera que constituye un trabajo original de su autor

*ECON. RODRÍGUEZ SÁENZ MBA*

DIRECTOR

## **DEDICATORIA.**

A mi Dios por haberme otorgado la mejor madre que un hijo puede pedir en la vida, he tenido muchos tropiezos pero con el amor y apoyo incondicional de mi madre, los he podido sobrellevar, a ella que en toda mi vida de estudiante me apoyó y ayudó para nunca abandonar mis estudios, por eso con mucho orgullo este logro es para ti madre mía.

Marco Antonio Muñoz Sánchez

## **AGRADECIMIENTO.**

En especial agradecimientos a mi familia y a mi novia, quienes fueron pilares esenciales para poder culminar mi maestría, han sido el apoyo en las buenas y malas, donde siempre encontré el apoyo incondicional para nunca bajar las manos y encontrar el camino a la excelencia.

No puedo dejar de lado a mis maestros de la UISEK, quienes con sus conocimientos y enseñanza, lograron poner en mí el camino al éxito, de lo cual siempre estaré agradecido.

Marco Antonio Muñoz Sánchez

## **RESUMEN EJECUTIVO**

La investigación refleja la necesidad de un planteamiento de importancia para una ciudad como lo es, el gestionar niveles de capacidad profesional en el servicio al cliente de calidad y calidez, donde el factor rutinario ha conllevado a que el profesional del volante que lleva más de 30 años en vehículos de transporte de personas (Taxis, Band, y otros), se encuentran con ideologías vetustas ante la situación actual de requerimiento de un transporte turístico que los lleve a los distintos sectores de la ciudad del Distrito Metropolitano de Quito. A su vez este tipo de gestión y ante la preocupación actual en base a lo planteado (rutina) se cree en la juventud capitalina, la misma que busca desesperadamente una fuente de empleo o forma de concebir un crédito para emprender en un tipo de negocio y poder efectuar un tipo de transporte turístico que genere un mejor servicio al existente actualmente y a su vez pueda emitir nuevas fuentes de empleo no solo a los conductores sino en otras líneas que van de la mano con el turismo en el DMQ.

**Palabras claves:** Empleo Joven, Nuevo Empleo Juvenil, Inversión

## **ABSTRACT**

The reflective investigation the necessity of a position of importance for a city like it is it, negotiating levels of professional capacity in the service to the client of quality and warmth, where the routine factor has borne to that the professional of the steering wheel that takes more than 30 years in vehicles of people's transport (Taxis, Vand, and other), they meet with ideologies vetust before the current situation of requirement of a tourist transport that takes them to the different sectors of the city of the Metropolitan District of Quito. In turn this administration type and in the face of the current concern based on that outlined (routine) it is believed in the youth of the capital, the same one that looks for an employment source hopelessly or he/she forms of conceiving a credit to undertake in a business type and to be able to make a type of tourist transport that generates a better service at the moment to the existent one and in turn it can emit new sources of non-alone employment to the drivers but in other lines that you/they go of the hand with the tourism in him DMQ.

**Keywords:** Youth Employment, New Youth Employment, Investment

## ÍNDICE DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS .....	10
ÍNDICE DE GRÁFICOS .....	12
Fase 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN .....	14
1.1 Planteamiento del Problema .....	14
1.2 Objetivos .....	16
1.3 Justificaciones.....	16
1.4 Identificación y caracterización de variables .....	17
1.5 Novedad y/o innovación.....	17
2. El método .....	18
2.1 Nivel de estudio.....	18
2.2 Modalidad de investigación.....	18
2.3 Método .....	18
2.4 Población y muestra.....	19
2.5 Operacionalización de variables .....	21
2.6 Selección instrumentos investigación .....	22
2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos .....	22
3 Aspectos administrativos.....	23
3.1 Recursos humanos. ....	23
3.2 Recursos técnicos y materiales.....	23
3.3 Recursos financieros.....	23
3.4 Cronograma de trabajo .....	24
Fase 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO .....	25
1. Fundamentación teórica.....	25
1.1 Marco Conceptual .....	25



1.2 Marco Teórico .....	26
1.3 Marco Referencial .....	27
1.4 Marco Legal .....	28
2. Diagnóstico.....	30
2.1. Ambiente externo .....	30
2.1.1 Macro entorno.....	30
2.2 Micro entorno .....	33
2.3 Ambiente interno .....	34
2.4 Cadena de valor y/o Fuerzas competitivas. ....	34
3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO .....	37
3.1 Elaboración de los instrumentos de investigación.....	37
3.2 Recolección de datos.....	37
3.3 Procesamiento, análisis e interpretación.....	38
Fase 3: ANÁLISIS DE LOS COSTOS .....	65
3.1. Inversión Inicial .....	65
3.1.1. Activos Corrientes y no Corrientes .....	65
3.1.2. Gastos Operativos .....	68
3.1.3. Costos Fijos y Variables .....	70
3.2. Presupuesto de Ingresos .....	71
3.3. Estado de Flujo de Efectivo.....	73
3.4. Estado de Resultados .....	74
3.5. Balance General .....	74
3.6. Indicadores Financieros .....	75
3.6.1. Indicadores de Liquidez.....	75
3.6.2. Indicadores de Endeudamiento .....	77

3.6.3. Indicadores de Rentabilidad .....	80
3.7. Punto de Equilibrio .....	82
3.8. Impacto Social.....	84
3.8.1. Generación de Fuente de Empleo .....	84
3.8.2. Igualdad de Género .....	84
3.8.3. Mejoramiento del Nivel de Ingreso .....	84
3.8.4. Satisfacción de una necesidad social .....	84
3.9. Marco Legal .....	84
3.9.1. Requisitos de Constitución .....	85
3.9.2. Permisos y Limitaciones .....	87
3.9.3. Reglamento Interno .....	90
3.9.4. Leyes Laborales .....	93
3.9.5. Leyes Tributarias .....	96
3.9.6. Leyes Mercantiles.....	97
3.9.7. Licencias y Derechos.....	98
CONCLUSIONES.....	99
RECOMENDACIONES .....	101
BILBLOGRAFÍA .....	102
ANEXOS .....	104

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: empresas .....	20
Tabla 2: Variables.....	21
Tabla 3: Cronograma.....	24
Tabla 4: Factores.....	32
Tabla 5: Porter .....	33
Tabla 6: Lugar de Origen .....	38
Tabla 7: Edad del visitante que arriba al DMQ .....	39
Tabla 8: Motivo de la Visita a la Ciudad .....	40
Tabla 9: Visitas Realizadas a la Ciudad.....	41
Tabla 10: Criterio Percibido del Servicio de Transporte .....	43
Tabla 11: Medios por los cuales se obtuvo información del servicio de Transporte .....	44
Tabla 12: Calificación de los servicios de transporte turístico .....	45
Tabla 13: Preferencias para la obtención de información.....	46
Tabla 14: Información que se requiere en el transporte turístico .....	47
Tabla 15: Idioma que debería mantener un conductor o asesor turístico .....	48
Tabla 16: Disposición para pagar por el servicio.....	49
Tabla 17: Cantidad que están dispuestos a pagar .....	50
Tabla 18: Años de experiencia.....	51
Tabla 19: Cantidad de viajes.....	52
Tabla 20: Mantenimiento .....	53
Tabla 21: Costo por mantenimiento .....	54
Tabla 22: Percepción de demanda .....	55
Tabla 23: Cantidad de viajes por trimestre.....	56
Tabla 24: Cantidad de personas por viaje.....	57
Tabla 25: Gastos extra.....	58
Tabla 26: Gastos por ítems.....	59
Tabla 27: Gasto promedio Sueldo.....	60
Tabla 28: Gasto promedio Viáticos .....	60
Tabla 29: Gasto promedio Electricidad .....	61
Tabla 30: Gasto promedio Renta de oficina .....	62
Tabla 31: Gasto promedio Combustible .....	63
Tabla 32: Gasto promedio Publicidad .....	63

Tabla 33: Características del Vehículo.....	66
Tabla 34: Equipos de Cómputo.....	66
Tabla 35: Muebles de Oficina .....	66
Tabla 36: Telefonía.....	67
Tabla 37: Inversión Inicial .....	68
Tabla 38: Costos Operativos.....	69
Tabla 39: Depreciación de los Activos .....	70
Tabla 40: Costos Fijos .....	71
Tabla 41: Costos Variables .....	71
Tabla 42: Listado de Empresas que Brindan servicios de Transportación al Aeropuerto .	72
Tabla 43: Ingresos Estimados por Año .....	73
Tabla 44: Estado de Flujo de Efectivo.....	73
Tabla 45: Estado de Resultados .....	74
Tabla 46: Balance General .....	75
Tabla 47: Punto de Equilibrio .....	83

## ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Lugar de Origen.....	38
Gráfico 2: Edad del Visitante que Arriba al DMQ .....	40
Gráfico 3: Motivo de la Visita .....	41
Gráfico 4: Visitas Realizadas .....	42
Gráfico 5: Criterio Percibido del Servicio de Transporte.....	43
Gráfico 6: Medios por los cuales se obtuvo información del servicio de transporte .....	44
Gráfico 7: Calificación de los servicios de transporte turístico.....	45
Gráfico 8: Preferencias para la obtención de información .....	47
Gráfico 9: Información que se requiere en el transporte turístico .....	48
Gráfico 10: Idioma que debería mantener un conductor o asesor turístico.....	49
Gráfico 11: Disposición para pagar por el servicio .....	50
Gráfico 12: Cantidad que están dispuestos a pagar.....	51
Gráfico 13: Años de experiencia .....	52
Gráfico 14: Cantidad de viajes .....	53
Gráfico 15: Mantenimiento .....	54
Gráfico 16: Costo por mantenimiento.....	55
Gráfico 17: Percepción de demanda.....	56
Gráfico 18: Cantidad de viajes por trimestre .....	57
Gráfico 19: Cantidad de personas por viaje .....	58
Gráfico 20: Gastos extra .....	59
Gráfico 21: Gasto promedio Sueldo .....	60
Gráfico 22: Gasto promedio Viáticos.....	61
Gráfico 23: Gasto promedio Electricidad.....	62
Gráfico 24: Gasto promedio Renta de oficina .....	62
Gráfico 25: Gasto promedio Combustible .....	63
Gráfico 26: Gasto promedio Publicidad.....	63
Gráfico 27: Razón Corriente .....	76
Gráfico 28: Capital Neto de Trabajo.....	77
Gráfico 29: Razón de Endeudamiento .....	78
Gráfico 30: Razón Pasivo Capital .....	79
Gráfico 31: Autonomía Financiera.....	79
Gráfico 32: Margen de Utilidad .....	80

Gráfico 33: Rentabilidad sobre Activos .....	81
Gráfico 34: Rentabilidad Sobre el Patrimonio .....	82
Gráfico 35: Punto de Equilibrio Año 1 .....	83

## **Fase 1. EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

### ***1.1 Planteamiento del Problema***

Ecuador es un país en vías de desarrollo, como tal son bienvenidas todas aquellas propuestas que conlleven a un mejor y más sostenido desarrollo de la sociedad en sus elementos específicos. Tal es el caso de la creación de nuevos modelos de negocios o propuestas de empresas que traigan consigo mejoras en cuanto a la creación de empleos, nuevos servicios, productos de mayor calidad, entre otros elementos.

La potenciación de nuevas empresas, negocios, instituciones, modelos de hacer o crear vienen en consonancia con la política del estado ecuatoriano del Buen vivir. Filosofía de vida, emprendimiento y comprensión del futuro del país.

Para crear cualquier modelo de negocio, empresa o emprender cualquier idea se hace necesario establecer previamente los referentes de orden teórico que se relacionan a la misma, así como los referentes contextuales, sociales, políticos, legales y económicos. Precisamente en este aspecto se centra la presente investigación, en determinar el costo de un modelo de negocio potencial que venga a satisfacer una necesidad latente en la sociedad quiteña actual.

La presente investigación se centra en un sector en auge en la región como lo es el turismo, y en un aspecto interno de este que es el transporte, concretamente el transporte desde el aeropuerto Mariscal de Sucre hasta la ciudad y viceversa. A la vez pretende relacionar una necesidad que se ha mencionado en varios espacios y debates a razón de la juventud que es la necesidad de permitir condiciones de emprendimiento y empleo para los muchos jóvenes ecuatorianos que se encuentran hoy en las calles sin estudios ni trabajo.

La gestión del transporte turístico actualmente en la capital ecuatoriana monopoliza la mayoría de los clientes lo que parece un aspecto o debilidad a la que se enfrentan como obstáculo los jóvenes de la capital. Sin embargo podría pensarse en una propuesta atractiva que se encargue de cotejar los talentos, recursos humanos, económicos y así mismo las potencialidades de los jóvenes en un modelo de negocio sustentable que, siendo evaluado en su costo sea viable y efectivamente posible.

A partir de lo anterior la presente investigación se centra en estudiar el costo de una propuesta de negocio que implique relacionar los dos aspectos antes mencionados: la calidad del transporte turístico desde el aeropuerto Mariscal de Sucre hasta la ciudad y viceversa y potenciar emprendimientos juveniles en el DMQ. Para ello se hace necesario estudiar el costo de una propuesta de este tipo por lo que se plantea el siguiente problema de investigación.

### ***Formulación del problema***

¿Cuál sería el costo de inversión y de la gestión del transporte turístico vinculado al emprendimiento juvenil de la ciudad de Quito 2015?

### ***Sistematización del problema***

1. ¿Qué referentes teóricos se relacionan con el costo de la gestión del transporte turístico vinculado al emprendimiento juvenil desde el DMQ al Aeropuerto” Mariscal Sucre” y viceversa?
2. ¿Cuál es el contexto socio-económico en el que se enmarca la propuesta?
3. ¿Cuáles son los costos de inversión y de gestión del transporte turístico vinculado al emprendimiento juvenil desde el DMQ al Aeropuerto” Mariscal Sucre” y viceversa?



## **1.2 Objetivos**

### **Objetivo general**

Determinar los costos de inversión y de gestión del transporte turístico vinculado al emprendimiento juvenil en el Distrito Metropolitano de Quito.

### **Objetivos específicos**

1. Establecer los referentes teóricos se relacionan con el costo de la gestión del transporte turístico vinculado al emprendimiento juvenil desde el DMQ al Aeropuerto” Mariscal Sucre” y viceversa.
2. Analizar el contexto socio-económico en el que se enmarca la propuesta.
3. Identificar los costos de inversión y de gestión del transporte turístico vinculado al emprendimiento juvenil desde el DMQ al Aeropuerto” Mariscal Sucre” y viceversa.

## **1.3 Justificaciones**

Existen varios aspectos que justifican la presente investigación. En primer lugar que para emprender cualquier negocio se hace necesario el estudio del costo del mismo. Este implica en primera instancia la realización de un marco teórico, conceptual y referencial que sustente el proceso de la investigación. En segundo lugar se hace necesario el diagnóstico de la situación actual teniendo en cuenta la potencial demanda de este modelo de negocio y se realiza como punto culminante y más importante para este estudio la determinación del costo, con todas las variables financieras que ello implica. Todo este proceso justifica la investigación en sus objetivos como estructura formal.

Desde el punto de vista social la investigación se sustenta en que la población del Distrito Metropolitano de Quito es de las mayores de Ecuador, siendo esta una ciudad múltiple en sus problemas, propuestas así como soluciones. Ello no significa que están todas las aristas cubiertas pues aún quedan aspectos como el

empleo juvenil que siguen siendo una deficiencia a la que prestar atención en la actualidad.

Una mejoría cualitativa y cuantitativa en la gestión del servicio de transporte turístico beneficiará la economía de la ciudad, pues aportará nuevas fuentes de trabajo para la comunidad juvenil y emprendedora. El crecimiento de la industria turística, ha sido y será una fuente importante de ingresos económicos para los emprendedores en esta ciudad y el país en general.

#### ***1.4 Identificación y caracterización de variables***

Las variables que se utilizarán en este estudio están relacionadas con los objetivos en el entorno macro del desarrollo del plan.

- Variable Dependiente: Emprendimiento y plazas de trabajo juveniles.
- Variable independiente: Costo de la gestión del Transporte Turístico aeropuerto “Mariscal sucre”

#### ***1.5 Novedad y/o innovación***

La principal novedad e importancia de la investigación es que, al determinarse el costo del modelo de negocio a proponer se está estableciendo la posible factibilidad del mismo y como tal su efectividad en la práctica. La novedad además se relaciona a que la misma potenciará que los jóvenes formen sus concepciones sobre cómo generar emprendimientos que les aseguren ingresos estables y beneficien a sus familias.

## **2. El método**

### **2.1 Nivel de estudio**

#### **Tipo de Estudio**

El modelo de investigación que se trabaja en la presente investigación es el Descriptivo. En el campo de la descripción se equivale al conocimiento de lo que aconteció según la literatura basada en el tema y como esta se refleja en la realidad de los hechos en la gestión del transporte turístico, lo cual se observa minuciosamente los puntos específicos en la investigación preliminar.

### **2.2 Modalidad de investigación**

#### **Documental**

Se orienta a la revisión y análisis de informaciones y datos aportados en libros, bases de datos, revistas, periódicos, páginas web, y materiales audiovisuales e imágenes. En todos los casos se requiere que sean informaciones confiables, autorizadas, publicadas en formatos verificables.

#### **Proyecto de Desarrollo**

Como se evidencia la propuesta realizada se enmarca en la intención del Estado ecuatoriano de llegar a la sociedad del conocimiento bajo el paradigma del Buen vivir. Como tal el mismo contiene variantes que intentan el desarrollo del país hacia la mitigación del desempleo en los jóvenes entre las edades 18 y 29 años de edad que se pueden incluir en el proyecto Mi primer empleo.

### **2.3 Método**

En este estudio el método fundamental que se utiliza es el Método Inductivo-Deductivo que permite arribar a los resultados descritos y conduce a conclusiones. Es utilizado al igual que el análisis-síntesis en cada paso de la investigación, teniendo en cuenta que el criterio a otorgar debe ser argumentado y basado en referentes de niveles teóricos, legales y empíricos.

## **2.4 Población y muestra**

Uno de los aspectos de más importancia y relevancia es el diseño de la muestra ya que de este dependen directamente todos los resultados a obtener y por ello es necesario incluirlo al momento de tomar las decisiones en este desarrollo.

En la presente investigación se toma como población 10000 personas que arriban al aeropuerto de Quito en un periodo de aplicación del instrumento cuestionario. De acuerdo con ello para determinar la muestra a estudiar se consideran los siguientes datos:

N: Tamaño de la población: 10000

y: valor promedio de la variable: 1 cliente del aeropuerto

se: error estándar: 0.015 (aceptado en el campo de las ciencias sociales y económicas)

$V^2$ : Varianza de la población al cuadrado.

$s^2$ : varianza de la muestra, se relaciona con la probabilidad de ocurrencia

p: probabilidad de ocurrencia: 0.9

$n'$ : tamaño de la muestra sin ajustar

n: tamaño de la muestra calculado

$$n' = s^2 / V^2$$

$$s^2 = p(1-p) = 0,9 (1-0,9) = 0,09$$

$$V^2 = se^2 = (0,015)^2 = 0,000225$$

$$n' = 0,09 / 0,000225 = 400$$

Con el valor de la muestra sin ajustar ( $n'$ ), se calcula el valor de la muestra probabilista (n) de una Población (N) determinada con la siguiente formula:

$$n = n'/1 + (n'/N) = 400/1 + (400/10000)$$

$$n = 400,04 \approx 400$$

Para que los resultados del presente estudio sean generalizables debe trabajarse con 400 turistas que arriban en el periodo de aplicación de la muestra al aeropuerto. En estos se comprueba la demanda del negocio.

Se trabaja además con una segunda muestra relacionada a la competencia y los costos de los modelos de negocios que poseen. Se entienden como competidores las demás empresas dedicadas a ofertar servicio de transportación turística desde el Aeropuerto hasta la ciudad de Quito. En un estudio de las características de esta competencia se comprende que las limitantes que poseen consisten en que ofrecen precios mayores a los que se consideran en la propuesta presente y además no poseen valores agregados al servicio de transportación. Para ello se realiza una encuesta a miembros de las empresas de la competencia que se relacionan a continuación:

Listado de empresas que brindan servicios de transportación al aeropuerto

Tabla 1: empresas

Empresa	Ruta	Tarifas / No. personas				Características
		2	3	4	5	
<b>Al aeropuerto.com</b> Servicio privado	1 vía	\$ .29	\$ .29	\$ .34	\$ .39	Privado, Seguro y Económico. WiFi. Recibimiento a la salida del vuelo.
	2 vías	\$ .52	\$ .52	\$ .62	\$ .72	
<b>Taxis Aeropuerto</b> Servicio privado	1 vía	\$ .26	\$ .26	\$ .52	\$ .52	3 personas por taxi. Espacio limitado para el equipaje
	2 vías	\$ .52	\$ .52	\$ .104	\$ .104	
<b>Bus Metropolitano</b> Servicio compartido	1 vía	\$ .4	\$ .6	\$ .8	\$ .10	Económico, sin espacio para equipaje. Atención de 05h30 a 19h00, salen cada 15 min.
	2 vías	\$ .8	\$ .12	\$ .16	\$ .20	
<b>Bus Aeroservicios</b> Servicio compartido	1 vía	\$ .16	\$ .24	\$ .32	\$ .40	Requiere un taxi adicional para llegar a su destino. Salidas cada 60 min.
	2 vías	\$ .32	\$ .48	\$ .64	\$ .80	

Fuente: (www.alaeropuerto.com, 2014)

De acuerdo al interés de la investigación se encuestarán 2 personas de cada una de las empresas que se dedican a brindar servicio de transportación al aeropuerto. Además de estas 8 personas, además se suma a 4 coordinadores de cooperativas de taxis que comúnmente ofrecen servicio en la misma zona. Esto se realiza bajo el mismo instrumento teniendo en cuenta que ellos ofrecen el mismo servicio y como tal también son parte de la competencia. Ello suma un total de 12 personas de la competencia que serán encuestadas a fin de identificar los aspectos más importantes que se relacionan con el costo de las demás empresas.

## 2.5 Operacionalización de variables

Tabla 2: Variables

Definición conceptual	Definición operacional	Nivel de medición	Indicadores
Variable Independiente. Costo de la gestión del Transporte Turístico aeropuerto “Mariscal sucre”	Valor de los consumos de elementos necesarios para el desarrollo del ejercicio de una actividad económica específica para la producción de bienes o servicios	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Verificación del servicio ofertado</li> <li>- Captación de irregularidades</li> <li>- Administración</li> <li>- Marco legal</li> <li>- Proceso del servicio.</li> <li>- Servicio al cliente</li> <li>- Recursos Humanos</li> <li>- Sistema financiero</li> <li>- Medio ambiente.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Apuntes registrados</li> <li>- Grabaciones de los propietarios de las unidades de servicios y/o de sus empleados.</li> <li>- Filmaciones.</li> <li>- Entrevista</li> <li>- Encuesta</li> </ul>

		- Marco Legal	
Variable Dependiente Emprendimiento y plazas de trabajo juveniles.	Análisis de los puntos de emprendimiento, así como de las plazas de nuevo empleo juvenil.	- Recurso Humano. - Legislación - Planificación - Desarrollo - Dirección - Control - Aspectos Psicosociales	- Cámara de video - Nota de apuntes y esferográficos.

### **2.6 Selección instrumentos investigación**

A fin de realizar una investigación y que la información obtenida brinde resultados favorables y concretos se utiliza en las encuestas. Las mismas se utilizan para registrar datos cuantitativos que luego serán evaluados cualitativamente por el investigador. En este caso se aplican dos. Estas se encuentran en los Anexos 1 y 2 del presente informe.

### **2.7 Validez y confiabilidad de instrumentos**

Los instrumentos fueron sometidos a consideración de los tres especialistas. De ellos un Licenciado en Psicología, un Licenciado en estudios Socioculturales y un Licenciado en contabilidad y finanzas. Se tuvieron en cuenta criterios multidisciplinarios en la elaboración del instrumento puesto que tanto en la redacción como en el contenido la encuesta debe estar alineado con el objetivo de esta.

### **3 Aspectos administrativos**

#### ***3.1 Recursos humanos.***

La investigación en sus inicios no necesita amplio despliegue de recursos humanos. Tanto la búsqueda de los referentes teóricos así como la aplicación de los instrumentos a los dos segmentos de la muestra serán realizados por el investigador. La propuesta si necesita de varios recursos humanos a fin de que el servicio que se brinde cuente con el soporte así como capital humano técnicamente preparado para enfrentar su éxito o buscar soluciones en caso de obstáculos.

#### ***3.2 Recursos técnicos y materiales***

En el momento inicial de la investigación solo se necesitan como recursos técnicos aquellos que completan el proceso de estudio de la problemática, tal es el caso de soporte electrónico, computadoras, papel, esferos, transportación a los diversos escenarios en los que se aplicaran los instrumentos.

#### ***3.3 Recursos financieros***

En cuanto a los recursos financieros para comenzar la propuesta estos son mínimos puesto que el investigador cuenta con los recursos técnicos y materiales antes descritos.



### 3.4 Cronograma de trabajo

Tabla 3: Cronograma

Mes	Actividad
Octubre	Revisión de bibliografía
Octubre	Elaboración de marco teórico, conceptual y referencial.
Octubre	Elaboración de instrumentos
Octubre	Aplicación de instrumentos
Noviembre	Estudio de mercado
Noviembre	Aplicación de matrices PORTER y PESTEL
Diciembre	Elaboración de la propuesta, Conclusiones y Recomendaciones.
Enero	Defensa de la tesis

## Fase 2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA Y DIAGNÓSTICO

### 1. Fundamentación teórica

#### 1.1 Marco Conceptual

Para el desarrollo adecuado del presente trabajo se hace necesario detenerse en el abordaje de diferentes conceptos que se encuentran en estrecha relación con el tema. Partir en el análisis, de la clarificación de los conceptos fundamentales del trabajo es de vital importancia, en tanto crea una plataforma sobre la que asentar la reflexión teórica, metodológica y práctica de la investigación. Los conceptos más relevantes son:

**Costo.** En economía el costo es el valor de los consumos de elementos necesarios para el desarrollo del ejercicio de una actividad económica específica para la producción de bienes o servicios. Todo proceso productivo supone un desgaste o consumo de insumos necesarios para el desarrollo de la actividad misma, y el alcance de la meta, que a su vez, representa una cantidad de dinero determinada que se conoce como costo.

**Emprendimiento.** Es una manera de pensar y actuar orientada hacia la creación de riqueza, está centrada en las oportunidades, planteada con visión global y llevada a cabo mediante un liderazgo equilibrado y la gestión de un riesgo calculado, su resultado es la creación de valor que beneficia a la empresa, la economía y la sociedad. (República de Colombia. Ley 1014 de 2006)

**Turismo.-** Son los desplazamientos en el tiempo libre que generan fenómenos socioeconómicos, políticos, culturales y jurídicos; conformados por un conjunto de actividades, bienes y servicios que se planean, desarrollan, operan y se ofrecen a la sociedad con fines de consumo en lugares fuera de su residencia habitual en función de recreación, salud, descanso, familia, negocios, deportes y cultura (Boullon. 2004).

**Turista.-** Un turista es una persona que se traslada de su lugar de residencia permanente, con el objetivo de participar en una o varias de las actividades turísticas. (Jiménez. 1989).

**Atractivo turístico.-** El turismo es sin dudas una actividad cultural y su recurso son los atractivos turísticos, pero también es una actividad económica generadora de desarrollo. En este sentido, en los primeros años del presente siglo se viene hablando mucho de desarrollo sostenible. Este término aplicado al desarrollo económico y social que permite hacer frente a las necesidades del presente sin poner en peligro la capacidad de futuras generaciones para satisfacer sus propias necesidades. (Baladrón, 2009, pág. 120).

## **1.2 Marco Teórico**

### **Emprendimiento**

El término emprendimiento en la actualidad se encuentra fuertemente posicionado en los debates sobre las iniciativas económicas, y también en los encuentros de los intelectuales que buscan constantemente las vías más efectivas para desarrollar la economía. Para comprender qué significa o supone dicha categoría, es necesario remitirse al origen de la misma, el cual se encuentra en el idioma francés (Entreprendre) que significa “hacer algo” y que fue usado en la edad media para una persona activa, que consigue las cosas ocupándose de las mismas. (Leiva, 2007, pág. 23)

### **Transporte Turístico**

El transporte juega un papel importante en el alcance de los objetivos del desarrollo. Para Marchan (2001) “salta a la vista su función como requisito del insumo de factores: permite que se trasladen mercaderías y pasajeros entre los centros de producción y los de consumo, y dentro de ellos”.

## **Mercado turístico**

Para abordar con profundidad este tema se debe partir de la clarificación de que es un mercado, sobre este tema muchos autores han propuesto definiciones, sin embargo, una de las más aceptadas es la que expresa que “un mercado está formado por todos los clientes potenciales que comparten una necesidad o deseo específico que podrían estar dispuestos a participar en un intercambio que satisfaga una necesidad o deseo” (Kotler & Keller, 2006, pág. 17).

## **Gestión Estratégica**

Cuando las empresas no cuentan con planes detallados que les permiten prevenir los mejores, pero también los peores escenarios, corren el riesgo de dejarse llevar por la espontaneidad, y derrochar los recursos en actividades y metas que no representan un verdadero desarrollo para la organización.

## **Logística**

El concepto de logística se encuentra entre los términos más difíciles de definir correctamente, puesto que este vocablo se asocia comúnmente a un conjunto de actividades ligadas a las diferentes industrias, tales como transporte, comunicación, tecnología, etc.

## **Gestión de Transporte Turístico**

La gestión del transporte, vinculado a la industria del turismo, requiere de un conjunto de elementos tales como la infraestructura necesaria, es decir, las vías de tránsito, los vehículos, el operador del vehículo y las leyes y normas de tránsito que rigen la actividad. La gestión entonces debe lograr una combinación eficiente de los diferentes factores con la finalidad de crear una empresa que logre atender la demanda de movilidad humana.

### ***1.3 Marco Referencial***

Son varias las investigaciones que abordan el tema de los servicios asociados a la actividad del turismo, y específicamente a la del transporte turístico. Tal es el caso

de la investigación “El impacto del costo del transporte en la demanda de turismo receptivo argentino en Uruguay. Un análisis desagregado de co-integración y causalidad” de Juan Gabriel Brida, la cual aborda esta compleja realidad en la nación sureña. Otra es Propuesta de creación de una empresa de servicio de transporte turístico en la ciudad de Quito para la Ruta del Spondylus, comprendida entre las provincias de Guayas y Manabí, desarrollada por las investigadoras Verónica Beatriz Román Mosquera, Maritza Elizabeth Carvajal Urquiza, las cuales se centran en la búsqueda de soluciones a la inexistencia de una red de transporte adecuado, que facilite el recorrido de la Ruta del Spondylus, considerada en la actualidad como uno de los potenciales turísticos del Ecuador.

#### **1.4 Marco Legal**

Toda forma de emprendimiento debe cumplir con los presupuestos legales vigentes en Ecuador para el desarrollo de actividades económicas. En presente apartado entonces se deben abordar el conjunto de leyes y reglamentos que norman el proceso de constitución y desarrollo de las empresas.

En el caso específico del presente trabajo, en el que está proponiendo la creación de una compañía entonces deben contemplarse los requisitos legales siguientes:

Reserva de Denominaciones. Donde se establecen los elementos de denominación: Denominación Objetiva, que implica el nombre. El mismo debe enunciar el objeto social de la compañía. La Razón social, la Expresión Peculiar. Esta implica un slogan o frase que acompaña al título de la compañía y finalmente el Tipo de Compañía (Superintendencia de Compañías, 2012).

Estos aspectos son unánimes a todos los tipos de compañías que son posibles crear en Ecuador, entre los que se encuentran:

- a. Sociedad Anónima (S.A.; C.A.)
- b. Compañía de Responsabilidad Limitada (CIA. LTDA.; C. LTDA.; C.L.)
- c. Compañía de Economía Mixta (C.E.M.)

d. Compañía en Comandita (COM. EN COMAN.; CIA. EN COMAN; C. EN C.)

Luego de tener estos datos se realiza el proceso de reserva. La misma se realiza a través del portal web institucional antes nombrado. Aquí es donde se valida la propuesta dada por cada solicitante. El sistema electrónico compara con otras inscripciones realizadas y determina que no se esté incumpliendo con alguna determinación. Ello permite identificar que la propuesta realizada se diferencie al menos en un 25 % de las que ya existen. Esta reserva tiene vigencia por 30 días, excepto en el caso de las compañías de transporte terrestre para las que la vigencia es de 365 días término. (Superintendencia de Compañías, 2012)

Para la denominación se hace necesario tener en cuenta que el nombre no afecte principios morales, posea errores ortográficos o sea similares fonéticamente a otra compañía existente.

Tomando en cuenta la gestión de transporte turístico al aeropuerto Mariscal Sucre y de este a los diferentes destinos de la ciudad, se puede expresar que este es un eje propulsor en materia emprendimientos y generación de nuevas plaza laborales para los jóvenes capitalinos. Los emprendimientos en este sector económicos están sujetos a la Ley de Transporte Terrestre y Seguridad Vial, el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) del Distrito Metropolitano de Quito. También deben cumplir con las directrices del El Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (Cootad), el Plan Nacional del Buen Vivir, La Constitución Vigente de la República del Ecuador.

### **Ley de turismo**

Para darle respuesta satisfactoria al presente trabajo es necesario adentrarse en la ley de turismo del Ecuador, pues lo normado en la misma repercute en la implementación del proyecto propuesto en el trabajo.

La Ley de Turismo puntualiza en el Art. 89.- que todos los servicios prestados por las agencias de viajes y operadoras, pueden ser ofertados y vendidos directamente, tanto nacional como internacionalmente.

A todo lo anterior se suma la presentación de los implicados de un informe favorable que debe ser elaborado por el órgano de control de la actividad relacionada con el objeto social de la misma. En el caso que ocupa esta investigación se debe elaborar el informe para su presentación ante el órgano de control establecido en la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

Desde el punto de vista legal, estos son algunos de los aspectos más importantes a tener en cuenta en la constitución de un servicio como el que se propone.

## **2. Diagnóstico**

### **2.1. Ambiente externo**

#### **2.1.1 Macro entorno**

El Análisis PESTEL es una herramienta que se utiliza para identificar los ciclos de un mercado y los diferentes elementos que influyen sobre esta, así como la posición de la organización en el mercado. Los elementos que se deben identificar son los políticos, económicos, sociales, tecnológico, ecológicos y legales, desarrollados a continuación:

#### **Políticos**

- Gobierno
- Clima político
- Partidos en mayoría
- Políticas gubernamentales
- Conflictos
- Iniciativas

#### **Económicas**

- Tendencias

- Crisis
- Ciclos económicos
- Políticas económicas

### **Sociales**

- Demografía
- Estilos de vida

### **Tecnología**

- Infraestructura física
- Infraestructura tecnológica
- Acceso tecnológico
- Tecnologías de la comunicación y la información

### **Ecología**

- Medio ambiente
- Regulación ambiental

Ecuador cuenta con una legislación en función de la protección del medio ambiente con varias leyes. Las principales son:

- Constitución Política de la República del Ecuador
- Ley de Gestión Ambiental
- Ley Forestal y de Áreas Naturales Protegidas y sus reglamentos
- Texto Unificado de Legislación Ambiental Secundaria y sus anexos de normas técnicas ambientales
- Reglamento Ambiental para Operaciones Hidrocarburíferas 1215 y sus regulaciones complementarias.
- Reglamento Ambiental para Actividades Eléctricas
- Reglamento Ambiental para actividades Mineras
- Reglamento que regula los mecanismos de participación social 1040 y sus instructivos



- Normas técnicas INEN
- Normas ISO 9001, ISO 14001, ISO 18001

## Leyes

- Legislación vigente

Ecuador es un sistema constitucional dividido en cinco poderes. El tema de la legalidad comprende fundamentalmente a los poderes Legislativos y Judicial, representados, en su nivel más alto, por la Asamblea Nacional y Corte Nacional de Justicia correspondientemente.

En función del análisis realizado, se deben cumplir con los siguientes parámetros en cada uno de los factores, o áreas, antes descritas.

**Tabla 4: Factores**

<b>P</b>	Cumplimiento de todas las legislaciones vigentes en el sector del transporte turístico, así como las leyes de manera general en El Ecuador
<b>E</b>	Comprobación, valoración y aprovechamiento de las potencialidades que ofrece el IESS.
<b>S</b>	Concebir asesoramiento técnico-profesional en los casos en que es necesario
<b>T</b>	Aprovechamiento de los avances tecnológicos y de la información para la promoción de los servicios de transportación turística.
<b>E</b>	Aplicar todas las regulaciones que las entidades públicas establecen sobre el tema del cuidado del medio ambiente, específicamente en lo relacionado a las emisiones de gases producto de los autos.
<b>L</b>	Emplear todas las indicaciones establecidas por el gobierno así como instituciones y organizaciones vinculadas a la calidad del servicio que ofrecerá el proyecto de emprendimiento.

## 2.2 Micro entorno

El modelo conocido como análisis de las cinco fuerzas de Porter es una metodología para la elaboración de planes estratégicos para las empresas. El modelo establece un marco de referencia para determinar el nivel de competencia y el lugar respecto a esta, que ocupa una empresa determinada en un mercado. A partir del análisis de las fuerzas descritas en el modelo se puede elaborar un plan de negocio efectivo.

Tabla 5: Porter

### Poder de negociación de proveedores

Poco nivel de negociación con los proveedores. Estos se comportan de manera puntual en servicio y producto que brindan.

### Rivalidad entre los competidores

La rivalidad cada vez es más fuerte entre los competidores. Este es un escenario los competidores son grandes en volumen, no en diversidad. Además, existe poco margen de creatividad que permita una diferenciación por atributos.

### Poder de negociación de clientes

Existe poco nivel de negociación con los clientes debido a la gran cantidad de alternativas existente a la propuesta de la empresa que se creará.

### Amenaza de servicios sustitutos

Hasta la actualidad no se cuentan con servicios que puedan sustituir la oferta que el proyecto emprendedor plantearía, en cambio, el servicio de esta última, si se erige como sustituto del resto de las empresas en el sector de la transportación turística.

### Amenaza de nuevos competidores

Este es un mercado al que, con relativa facilidad, pueden acceder otros competidores, por lo que constantemente el proyecto emprendedor debe buscar alternativas diferenciadoras que lo mantengan como la empresa líder de la oferta de transporte turístico.

### **2.3 Ambiente interno**

Un análisis detallado de las particularidades del proyecto permite identificar un conjunto de fortalezas y posibles debilidades, que tendrá la empresa resultante de la proyección estratégica planteada en el presente trabajo.

#### Debilidades

- Desconocimiento por parte de los emprendedores potenciales respecto a asuntos de costo y comercialización de servicios.
- Poca experiencia en sector del transporte turístico, lo que impactará negativamente en la gestión administrativa
- Insuficientes alternativas de financiamiento para desarrollo de proyecto de emprendimiento.
- Desconocimiento de las leyes y regulaciones para el campo de la transportación turística.

#### Fortalezas

- Oferta de servicios turísticos diferenciados de los que ofrece la competencia.
- Precios inferiores al promedio de las tarifas establecidas en Ecuador para los servicios de transportación turística.
- Puesto de trabajo disponibles para los jóvenes desempleados en edad laboral, necesitados de vinculación a proyectos de emprendedurismos viables.
- Proyecto de emprendimiento diseñado de tal manera que es coherente con los postulados del Plan Nacional del Buen Vivir (2013-2017)

### **2.4 Cadena de valor y/o Fuerzas competitivas.**

La cadena de valor consiste en actividades de valor y de margen. Las actividades de valor son las actividades distintas física y tecnológicamente que desempeña una empresa. Estos son los elementos por medio de los cuales una empresa crea

un producto valioso para sus compradores. El margen, es la diferencia entre el valor total y los costos totales incurridos por la empresa para desempeñar las actividades generadoras de valor (Porter, 2001).

Otro concepto referente a la cadena de valor la expresa como una forma de análisis y evaluación de todas las funciones de la actividad empresarial, mediante las cuales, se divide una empresa en sus partes constitutivas (producción, marketing, investigación y desarrollo, recursos humanos, sistemas de información y la infraestructura), buscando identificar fuentes de ventajas competitivas en aquellas actividades generadoras de valor (Zamacona Soto, 2003).

Las actividades de valor pueden dividirse en dos amplios tipos, actividades primarias y actividades de apoyo. Las actividades primarias, son las actividades implicadas en la creación física del producto y su venta y transferencia al comprador, así como la asistencia posterior a la venta. En cualquier empresa, las actividades primarias pueden dividirse en cinco categorías genéricas: logística interna, operaciones, logística externa, mercadotecnia y ventas y servicio. Las actividades de apoyo sustentan a las actividades primarias y se apoyan entre sí, proporcionando insumos comprados, tecnología, recursos humanos y varias funciones de toda la empresa como se observa en la siguiente figura.



Figura 1: Componentes de la Cadena de Valor  
Fuente: (Zamacona Soto, 2003).

Teniendo en cuenta los planteamientos teóricos anteriores la cadena de valor que se propone para la empresa es la siguiente:



Figura 2: Propuesta de la Cadena de Valor  
Fuente: Marco Muñoz

### **3. INVESTIGACIÓN DE CAMPO**

#### ***3.1 Elaboración de los instrumentos de investigación.***

Los instrumentos de investigación se elaboraron en relación al tema de la misma y teniendo en cuenta aquellos aspectos que son importantes a fin de poseer un referente empírico y un diagnóstico de la situación actual del problema. Para ello se elaboraron dos encuestas, escritas de manera clara y concreta, con preguntas sencillas a fin de que los encuestados pudieran responderlas sin mucho esfuerzo.

Una de las encuestas tiene como objetivo determinar si un modelo de negocio como el que se pretende proponer y al que se realiza el estudio de costo, posee demanda entre los turistas tomados como muestra en el estudio, teniendo en cuenta que estos son los clientes potenciales. La segunda encuesta se relaciona a identificar los costos que la competencia posee en su producción del mismo servicio que se pretende en esta investigación. Para ello se establecen cuestiones como precio del equipamiento, costo del mantenimiento, costo del servicio, etc.

Los instrumentos son sometidos a criterio de especialistas a fin de que los mismos cumplieran con los requerimientos de orden metodológico, así como fueran claros y no poseyeran lenguaje complejo o discriminatorio para los encuestados.

#### ***3.2 Recolección de datos***

La recolección de datos para el diagnóstico se realiza a partir de los instrumentos antes descritos y que se encuentran en Anexo de la presente investigación. Los datos desarrollados serán descritos en Word, las estadísticas, proceso de fórmulas y tabulación de datos se realizan en Excel y posteriormente serán expuestos en el archivo de Word, el desarrollo en su resumen y presentación de defensa serán expuestos en Power point.

### 3.3 Procesamiento, análisis e interpretación.

#### Encuesta a turistas

Pregunta 1. ¿Cuál es su lugar de Origen?

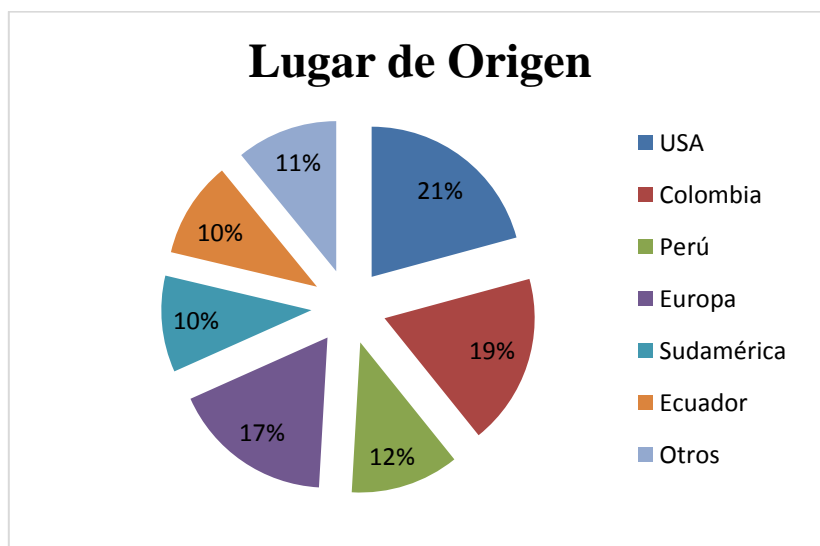
Tabla 6: Lugar de Origen

Países	No. de Turistas
USA	80
Colombia	71
Perú	45
Europa	67
Sudamérica	40
Ecuador	40
Otros	42

Fuente: Marco Muñoz

En el marco de la primera pregunta el mayor porcentaje de turistas que arriban a las instalaciones del Aeropuerto Mariscal Sucre, son de Estados Unidos, seguidos por Colombia, Perú, Europa, otros (Rusia, Canadá, Eslovenia, África, Asia, Alemania). Sudamérica, y Ecuador.

Gráfico 1: Lugar de Origen



Fuente: Marco Muñoz

En base a la estadística de visitas en arribo al Aeropuerto Mariscal Sucre, este se ejecuta por visitas en mayor porcentaje. Siendo USA los que en el periodo de estudio, han arribado a el Distrito Metropolitano de Quito, con un 21%, seguidos de Colombia con un 19%, Perú con un 12%, Europa con un 17%, Sudamérica con un 10%, Ecuador con un 10% y otros países como, Asia, Eslovenia, Rusia entre otros con un 11%.

**Pregunta 2. ¿Qué edad tiene?**

**Tabla 7: Edad del visitante que arriba al DMQ**

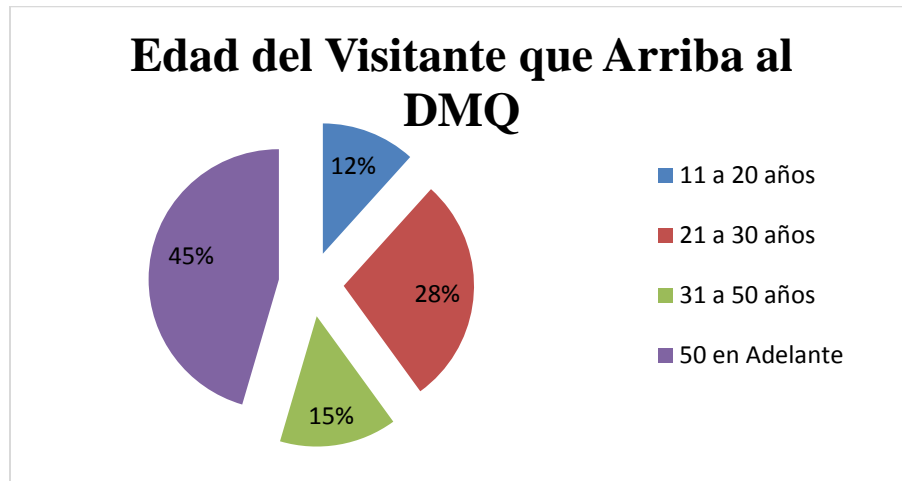
<b>Rango de Edad</b>	<b>No. de Turistas</b>
11 a 20 años	45
21 a 30 años	109
31 a 50 años	56
50 en Adelante	175

Fuente: Marco Muñoz

De acorde con la segunda pregunta, los visitantes que arriban al DMQ. Son en mayor porcentaje, los de 50 años en adelante, seguidos por los jóvenes de 21 a 30 años, 31-50 años y 11 a 20 años. Lo que indica que las personas que han mantenido un estilo de vida rápido en sus ciudades y países de origen, ven en Ecuador, un país de descanso y tranquilidad, donde pueden además de hacer turismo invertir y ser parte de la ciudad y territorio nacional.



**Gráfico 2: Edad del Visitante que Arriba al DMQ**



Fuente: Marco Muñoz

En base al porcentaje estadístico del arribo al Aeropuerto Mariscal Sucre, este identifica en el lapso de estudio que los visitantes que arriban al DMQ, son en mayor porcentaje las personas con edad de 50 años en adelante con un 45%, de 21 a 30 años con un 28%, 31 a 50 años con un 15% y entre 11 a 20 años con un 12%.

**Pregunta 3 ¿Cuál es el motivo de su visita a la ciudad?**

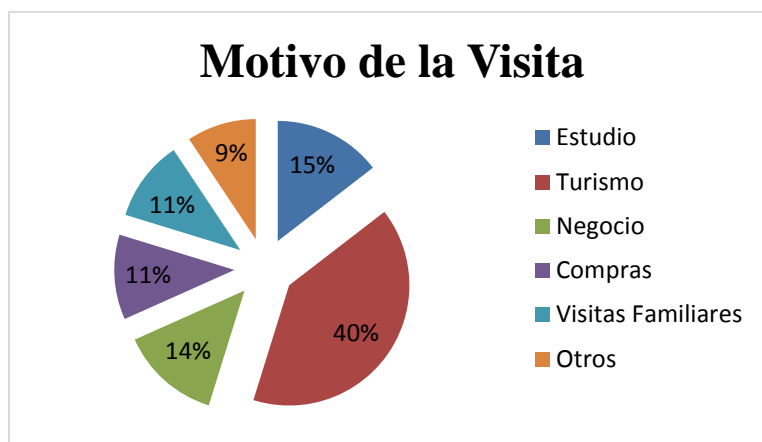
**Tabla 8: Motivo de la Visita a la Ciudad**

Motivo de la visita	No. de Turistas
Estudio	56
Turismo	155
Negocio	52
Compras	44
Visitas Familiares	42
Otros	36

Fuente: Marco Muñoz

De acorde a la población en estudio, esta visita la ciudad del DMQ, en arribo al Aeropuerto Mariscal Sucre, con un mayor porcentaje por Turismo 155, Estudio 56, Negocio 52, compras 44, visitas familiares 42 y otros 36.

**Gráfico 3: Motivo de la Visita**



Fuente: Marco Muñoz

En base a los planteamientos e intereses de los visitantes que arriban al Aeropuerto Mariscal Sucre, el 40% ingresa a la ciudad por realizar actividades turísticas, el 15% por estudio, el 14% por motivo de realizar alguna especie de negocio, el 11% por realizar compras, el 11% por visitar a sus familiares residentes o migrantes que habitan en el DMQ, Otros con el 9% (fiestas, atención médica, tramites, etc.).

**Pregunta 4 ¿Cuántas veces ha visitado la ciudad del Distrito Metropolitano de Quito?**

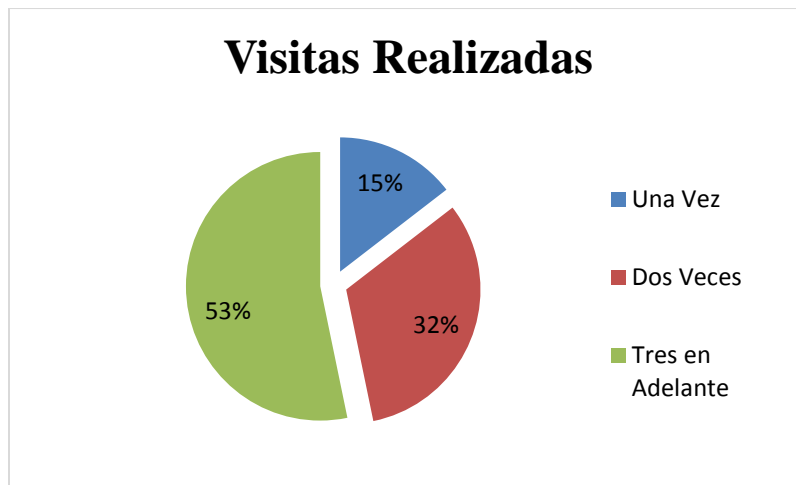
**Tabla 9: Visitas Realizadas a la Ciudad**

Visitas Realizadas	No. de Turistas
Una Vez	56
Dos Veces	124
Tres en Adelante	205

Fuente: Marco Muñoz

El arribo por medio del Aeropuerto al DMQ, ha generado interés por los visitantes, siendo de tres veces en adelante las mayores visitas a la ciudad, lo que indica que en este punto el transporte turístico existente podría ser deficiente ante la demanda existente.

**Gráfico 4: Visitas Realizadas**



Fuente: Marco Muñoz

Según la estadística, el 53% de los visitantes que gustan de la optimización del tiempo y prefieren tomar un vuelo para arribar a la ciudad, este lo ha realizado en mayor cantidad de veces, quienes solo han utilizado este servicio en arribo a la ciudad por dos veces toman el 32% y quienes por única vez lo han podido realizar el 15%. Lo que indica que el arribo por medio del Aeropuerto Mariscal Sucre, si es de interés por los viajeros y que este crece cada año que pasa y culmina.

**Pregunta 5 ¿Qué le ha parecido el servicio de transporte turístico contratado por usted?**

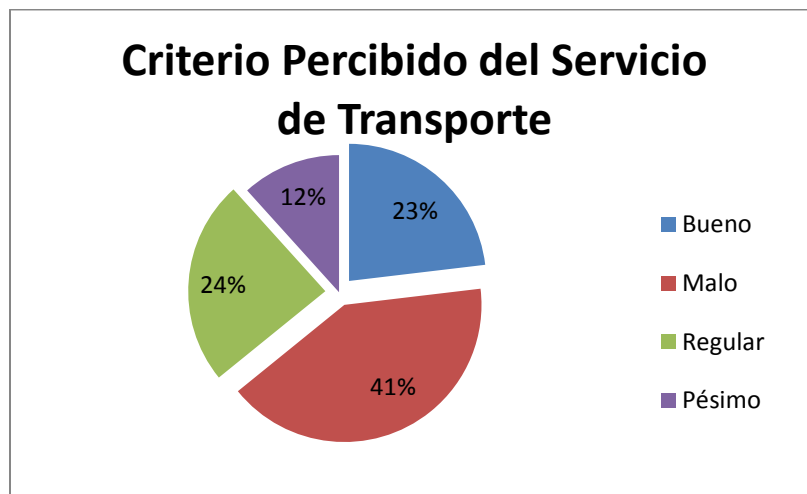
**Tabla 10: Criterio Percibido del Servicio de Transporte**

<b>Criterio</b>	<b>No. de Turistas</b>
Bueno	89
Malo	158
Regular	93
Pésimo	45

Fuente: Marco Muñoz

Entre la opinión del servicio percibido por los visitantes estos en mediano porcentaje indican que la atención recibida es buena, en mayor porcentaje mantienen algún tipo de queja y opinan que el servicio es malo, otros que es regular y un porcentaje no tan pequeño que el servicio brindado es pésimo.

**Gráfico 5: Criterio Percibido del Servicio de Transporte**



Fuente: Marco Muñoz

Para los visitantes el servicio percibido no cumple con las expectativas requeridas, el 23% apenas indica que el servicio de transporte turístico es bueno, el 41% considera que el servicio de transporte turístico es malo, el 24% considera el servicio regular y el 12% lo considera como no servir o pésimo.

## Pregunta 6 ¿Por qué medio obtuvo información acerca de los transportes turísticos de la ciudad?

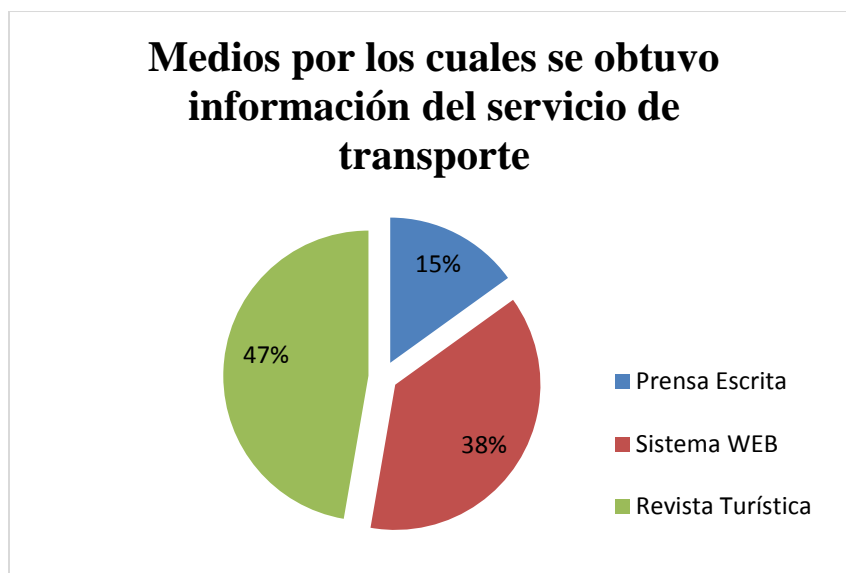
Tabla 11: Medios por los cuales se obtuvo información del servicio de Transporte

Medio de Información	No. de Turistas
Prensa Escrita	58
Sistema WEB	145
Revista Turística	182

Fuente: Marco Muñoz

De acuerdo a los medios de difusión que de una u otra forma son participes de la promoción turística y medio de transporte turístico, estos consideran por medio del estudio, que se enteraron de los servicios de transporte turístico por medio de una revista turística, otros por medio de la web y un pequeño grupo por medio de la prensa escrita.

Gráfico 6: Medios por los cuales se obtuvo información del servicio de transporte



Fuente: Marco Muñoz

El medio de información que ha dado a conocer a los visitantes que arriban por medio del Aeropuerto Mariscal Sucre, es en mayor porcentaje derivado por la Revista Turística con un 47%, sistema Web con un 38% y prensa escrita con un

15%, lo que refleja que las empresas u cooperativas dedicadas a esta actividad no cuentan con un servicio de sistema de promoción web para promoción de los servicios de transporte turístico.

**Pregunta 7 ¿Cómo califica los servicios de transporte turístico desde el Aeropuerto Mariscal Sucre del Distrito Metropolitano de Quito?**

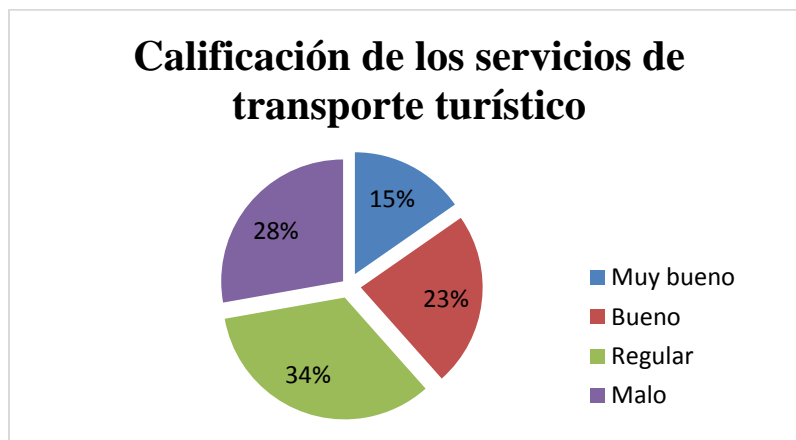
**Tabla 12: Calificación de los servicios de transporte turístico**

Calificación	No. de Turistas
Muy bueno	59
Bueno	89
Regular	130
Malo	107

Fuente: Marco Muñoz

De acorde a la opinión vertida por los usuarios el servicio en su mayoría es malo, otros lo ven como regular, una pequeña parte como bueno y un pequeño grupo como muy bueno, lo que obliga al investigador a implementar ideas sobre la optimización de servicios de calidad y calidez

**Gráfico 7: Calificación de los servicios de transporte turístico**



Fuente: Marco Muñoz

Dentro del aspecto de uso del transporte turístico y percepción del usuario este en solo un 15% considera el servicio como muy bueno, el 23% como bueno, el 28% como malo y el 34% como regular, lo que implica que el servicio no es bueno en los tiempos actuales, tal vez ocasionado por una rutina diaria o por agotamiento psicológico en atención al cliente.

**Pregunta 8 ¿Para obtener información en transporte turístico usted preferiría obtener información de?**

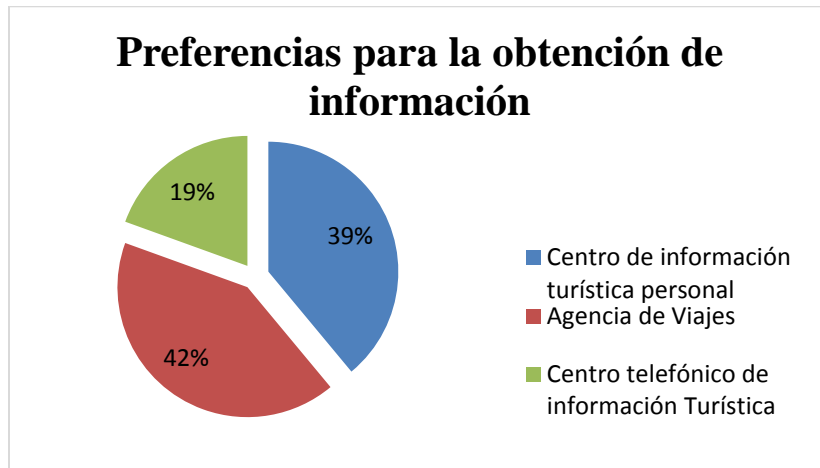
**Tabla 13: Preferencias para la obtención de información**

<b>Medio de Información</b>	<b>No. de Turistas</b>
Centro de información turística personal	150
Agencia de Viajes	160
Centro telefónico de información Turística	75

Fuente: Marco Muñoz

Cada participante dentro del estudio de campo, condujo a un resultado objetivo del cual el mayor porcentaje por ser turistas extranjeros, indicaron que deseaban obtener información por medio de Agencia de Viajes, ya que este medio es más seguro para ellos, otros por Centro de Información turística y otro por medio de Call center.

**Gráfico 8: Preferencias para la obtención de información**



Fuente: Marco Muñoz

Es así que el 42% de los visitantes que arriban al Aeropuerto Mariscal Sucre, desean informarse por medio de una Agencia de viajes, el 39% por medio de un Centro de información turística, y un 19% por medio de Centro telefónico de información turística.

**Pregunta 9 ¿Qué tipo de información turística requiere obtener en un transporte turístico?**

**Tabla 14: Información que se requiere en el transporte turístico**

Información Turística	No. de Turistas
Alojamiento	90
Alimentación	80
Entretenimiento	43
Transporte	120
Atractivos Turísticos	20
Compras	20
Otros	12

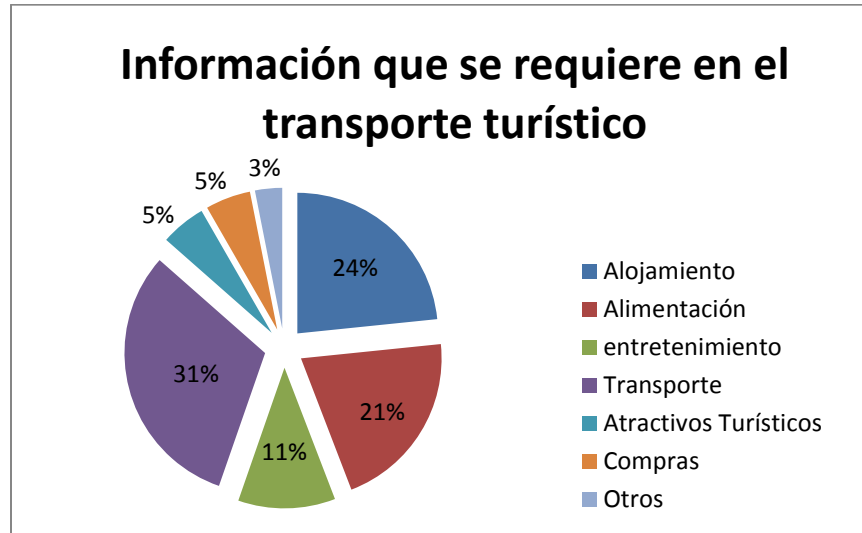
Fuente: Marco Muñoz

En este punto, una gran parte de los visitantes considera el medio de transporte turístico que pueda brindar un servicio de traslado a lo que ellos arriban, mientras otro grupo se basa en la alimentación y otro grupo en



alojamiento., los de menor interés se suman a los atractivos turísticos, compras, entretenimiento y otros.

**Gráfico 9: Información que se requiere en el transporte turístico**



Fuente: Marco Muñoz

Los visitantes del DMQ, buscan alojamiento en un 24%, alimentación en un 21%, entretenimiento en un 11%, transporte en un 31%, atractivos turísticos en un 5%, compras en un 5% y otros en un 3%, por lo que se considera importante este plan ya que gran parte de los entrevistados según la muestra, buscan como primer punto el transporte turístico que los pueda transportar a sus lugares en planificación o improvisación de acorde a su visita.

**Pregunta 10 ¿En qué idioma considera usted que debería mantener un conductor o asesor turístico?**

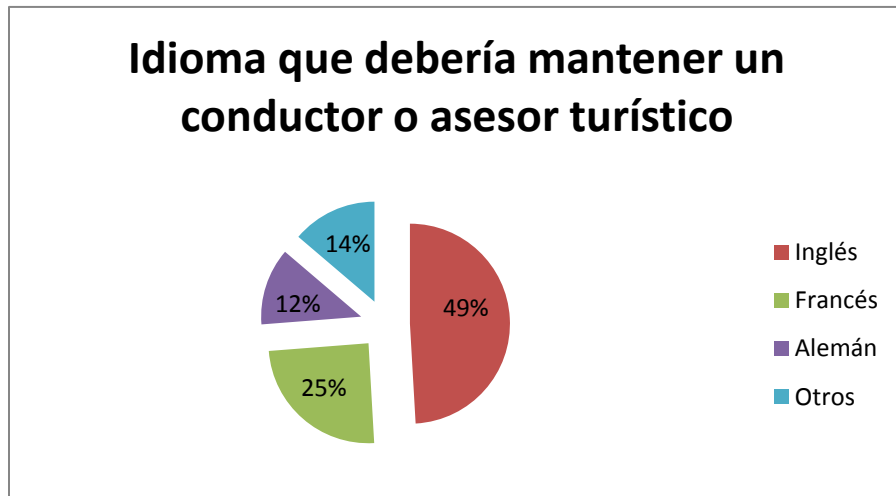
**Tabla 15: Idioma que debería mantener un conductor o asesor turístico**

Idiomas	No. de Turistas
Inglés	189
Francés	95
Alemán	48
Otros	53

Fuente: Marco Muñoz

La mayoría de los visitantes consideran que el conductor o asesor turístico debería tener como segunda lengua el inglés, otros el francés, otros el alemán y otro grupo otros idiomas.

**Gráfico 10: Idioma que debería mantener un conductor o asesor turístico**



Fuente: Marco Muñoz

En este punto, el 49% prefiere que el conductor o asesor hable el idioma inglés, el 25% francés, el 14% otros idiomas y el 12% el idioma alemán.

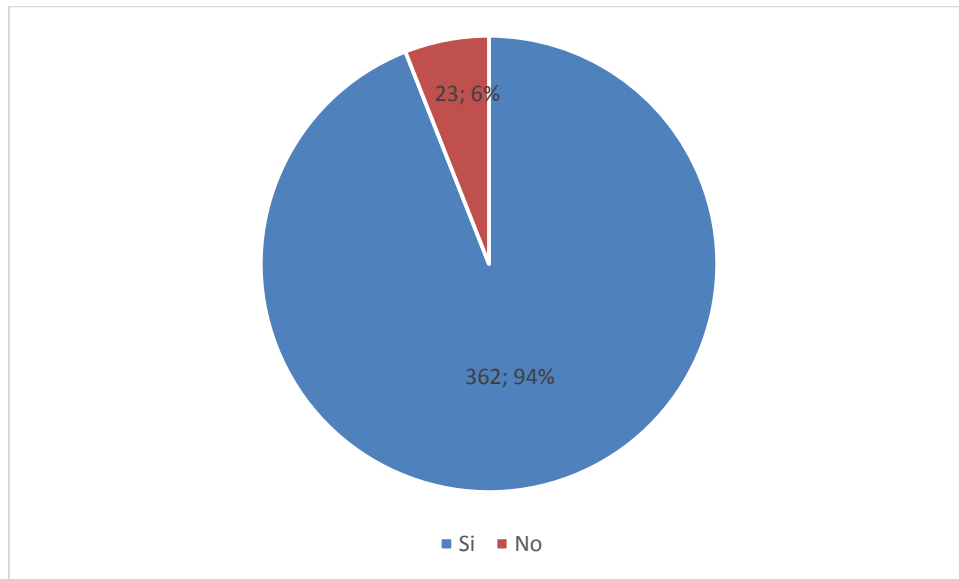
**Pregunta 11 ¿Esta dispuesto a pagar por un transporte turístico recreativo y guiado?**

**Tabla 16: Disposición para pagar por el servicio**

Opciones	No. de Turistas
Si	362
No	23

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 11: Disposición para pagar por el servicio**



Fuente: Marco Muñoz

Como se puede observar en los datos anteriores el 94% de los encuestados plantea estar dispuesto a pagar por el servicio de guía y transporte turístico del aeropuerto a la ciudad mientras solo un 6 % no se encuentra de acuerdo.

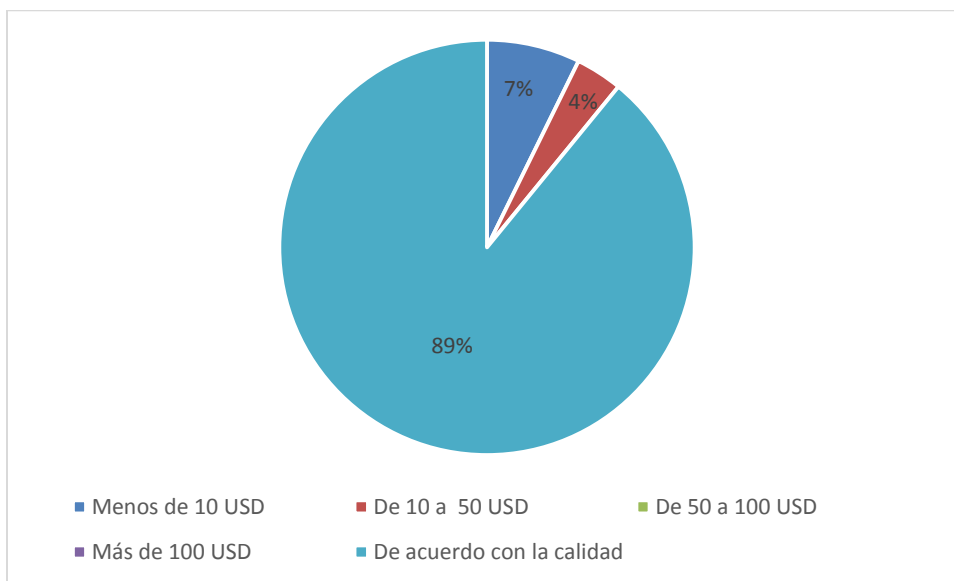
**Pregunta 12 ¿En qué rangos se encuentra lo que usted está dispuesto a pagar por este servicio?**

**Tabla 17: Cantidad que están dispuestos a pagar**

Pago	No. de Turistas
Menos de 10 USD	28
De 10 a 50 USD	14
De 50 a 100 USD	
Más de 100 USD	
De acuerdo con la calidad	343

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 12: Cantidad que están dispuestos a pagar**



Fuente: Marco Muñoz

En las respuestas de los encuestados se observa que el aspecto que más relevancia otorga para el pago del servicio es la calidad del mismo. Respecto a los rangos que la pregunta ofrecía se entiende que el más atractivo es el de Menos de 10 USD y en segundo lugar el de 10 a 50 USD.

### Encuesta a la competencia

Cantidad de personas encuestadas 12

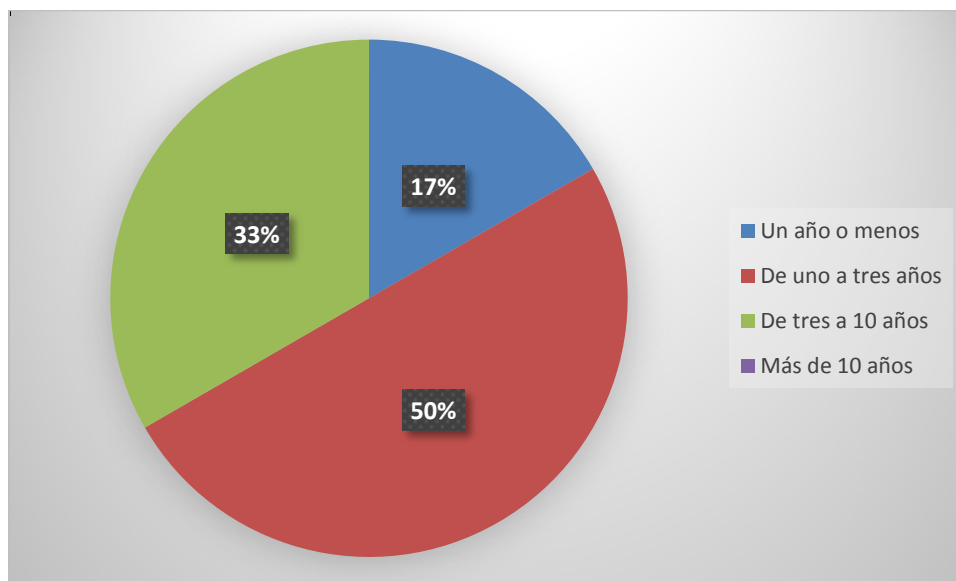
#### Pregunta 1: ¿Cuántos años lleva ofreciendo servicio de transporte turístico?

**Tabla 18: Años de experiencia**

Opciones	Responden
Un año o menos	2
De uno a tres años	6
De tres a 10 años	4
Más de 10 años	

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 13: Años de experiencia**



Fuente: Marco Muñoz

Como se hace evidente en los datos antes aportados el mayor porcentaje de experiencia en el sector se mueve de uno a tres años con el 50 % de los encuestados. Ello significa que es un sector joven, al menos en las empresas que actualmente se encuentran laborando en el mismo.

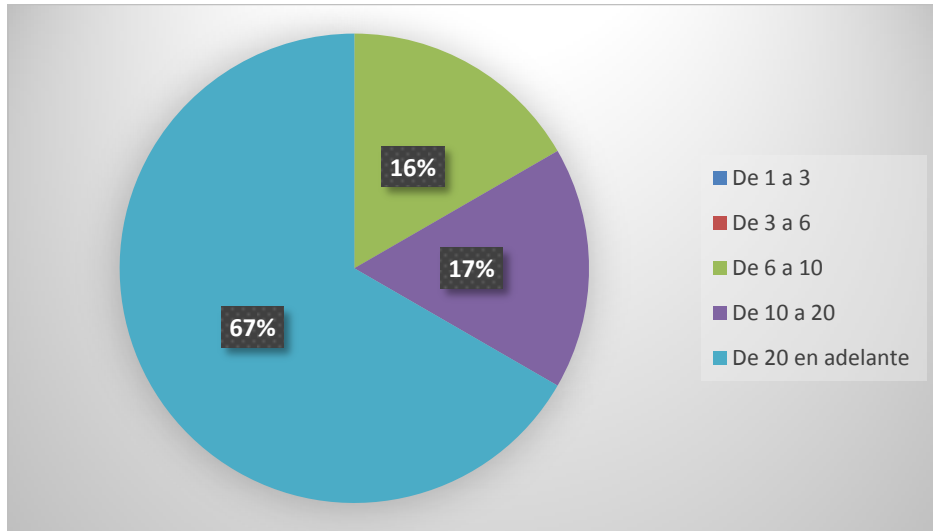
**Pregunta 2: ¿Qué cantidad de viajes da a la semana?**

**Tabla 19: Cantidad de viajes**

Cantidad de viajes	Responden
De 1 a 3	
De 3 a 6	
De 6 a 10	2
De 10 a 20	2
De 20 en adelante	8

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 14: Cantidad de viajes**



Fuente: Marco Muñoz

Como se evidencia en el gráfico anterior las empresas encuestadas a través de sus representantes expresan que el mayor porcentaje es de 20 viajes en adelante en la semana. Ello significa un aproximado de 2 a 3 viajes diarios.

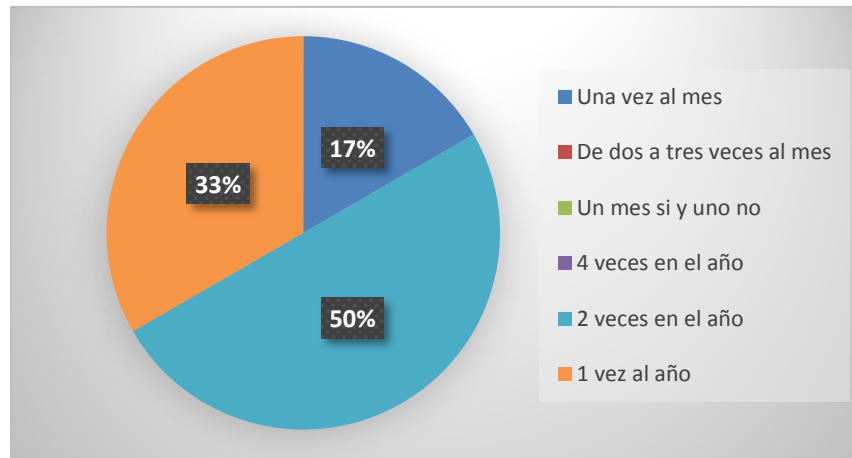
**Pregunta 3: ¿Cada que tiempo tiene que hacer mantenimiento del parque que posee?**

**Tabla 20: Mantenimiento**

Opciones	Responden
Una vez al mes	2
De dos a tres veces al mes	
Un mes si y uno no	
4 veces en el año	
2 veces en el año	6
1 vez al año	4

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 15: Mantenimiento**



Fuente: Marco Muñoz

Los encuestados refieren un porcentaje mayor de mantenimiento semestral, es decir dos veces en el año con un 50 % de selección de esta opción. Las menos seleccionadas son una vez al mes con 17% y una vez al año con 33%.

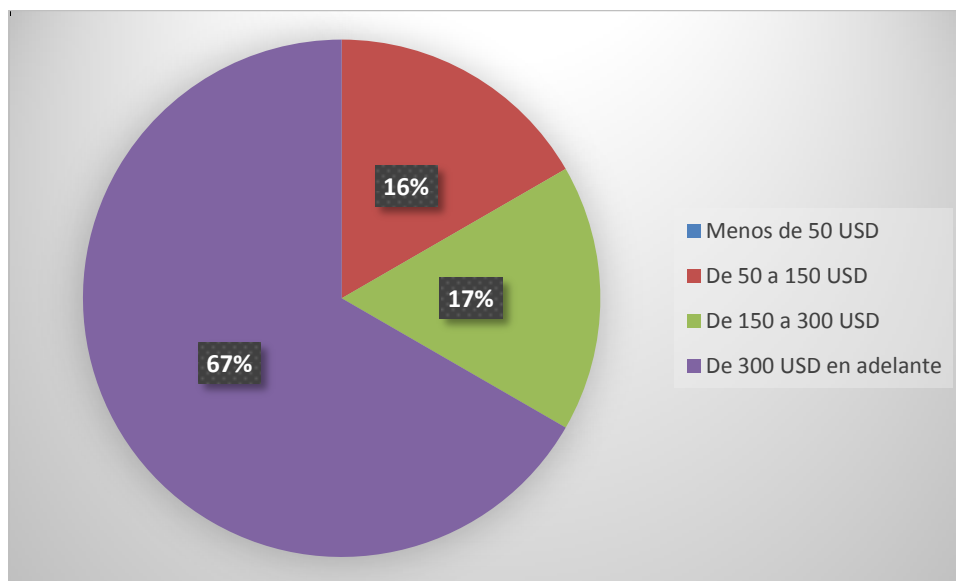
**Pregunta 4: ¿Cuál es el monto promedio de cada mantenimiento que realiza?**

**Tabla 21: Costo por mantenimiento**

Opciones	Responden
Menos de 50 USD	
De 50 a 150 USD	2
De 150 a 300 USD	2
De 300 USD en adelante	8

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 16: Costo por mantenimiento**



Fuente: Marco Muñoz

El costo por mantenimiento, según las respuestas de los encuestados se mueve en un rango mayor en el caso de 300 USD en adelante con un 67% mientras se selecciona en segundo lugar de 150 a 300 con 17%. Ninguno expresa que el gasto es menor de 50 USD.

**Pregunta 5: ¿Considera que existe suficiente demanda del servicio que ofrece?**

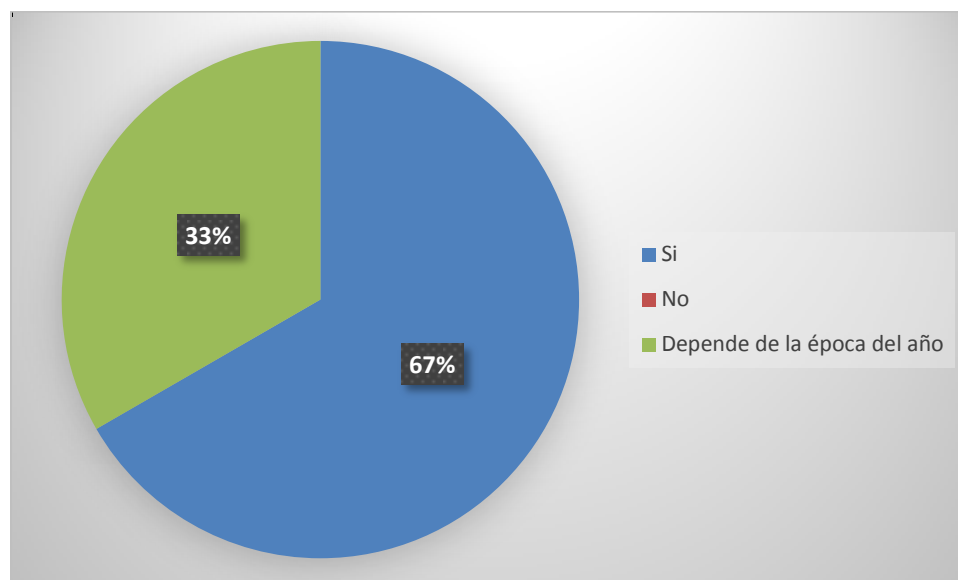
**Tabla 22: Percepción de demanda**

Opciones	Responden
Si	8
No	
Depende de la época del año	4

Fuente: Marco Muñoz



**Gráfico 17: Percepción de demanda**



Fuente: Marco Muñoz

Ante esta interrogante los encuestados manifiestan positivamente la existencia de demanda en un 67% mientras que el resto manifiesta que depende de la etapa del año. Ello significa que la demanda cambia de acuerdo a las temporadas.

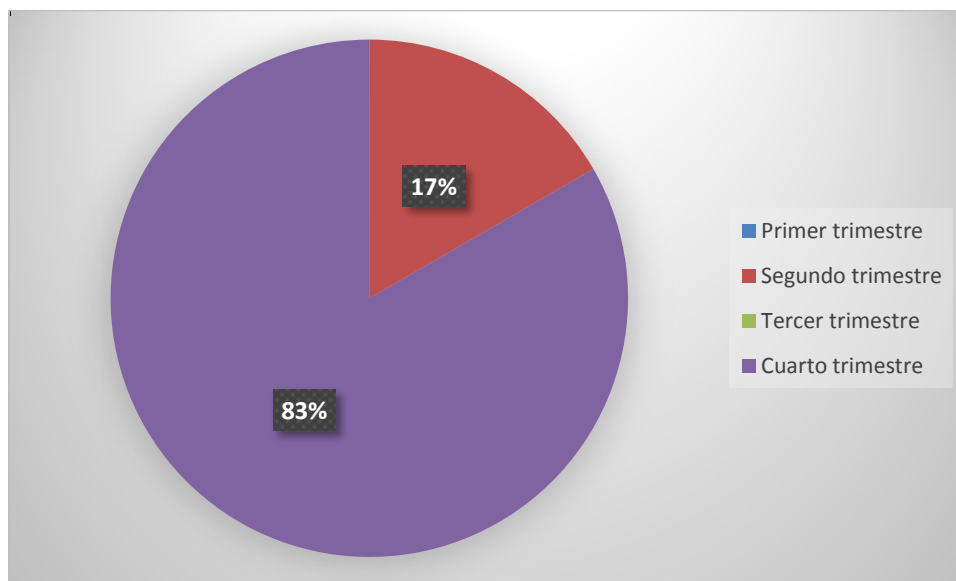
**Pregunta 6: ¿En qué época del año tiene más viajes? Puede escoger todas las opciones que considere.**

**Tabla 23: Cantidad de viajes por trimestre**

Opciones	Responden
Primer trimestre	
Segundo trimestre	2
Tercer trimestre	
Cuarto trimestre	10

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 18: Cantidad de viajes por trimestre**



Fuente: Marco Muñoz

Como se hace evidente en los datos destacan como etapas de más viajes, con más demanda el cuarto trimestre del año y el segundo, con un 83% el primero y un 17 el segundo.

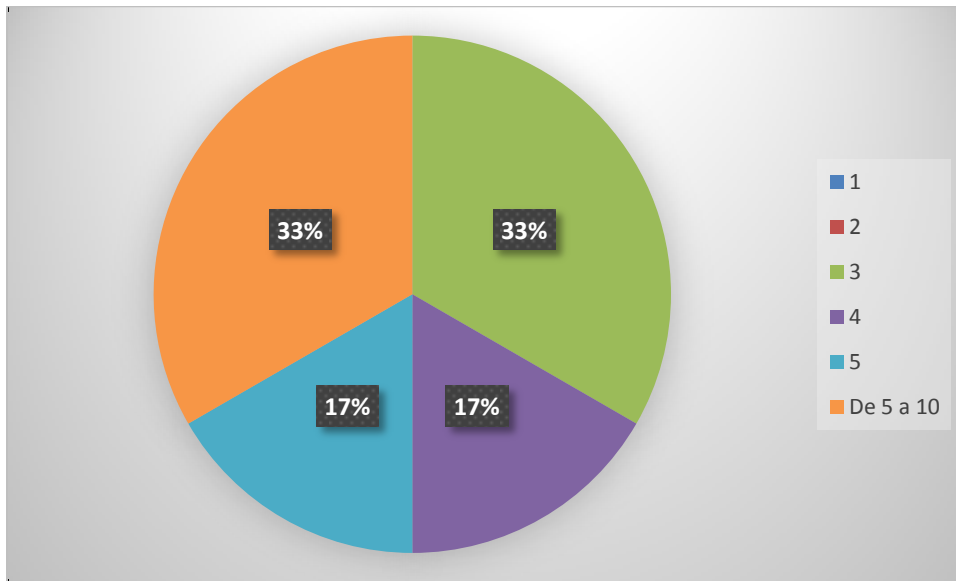
**Pregunta 7: ¿Cuál es la cantidad promedio de personas por viaje que usted transporta?**

**Tabla 24: Cantidad de personas por viaje**

Cantidad	Responden
1	
2	
3	4
4	2
5	2
De 5 a 10	4

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 19: Cantidad de personas por viaje**



Fuente: Marco Muñoz

Como se evidencia los mayores porcentajes se muestran en la opción de 5 a 10 personas y tres personas con 33% cada una.

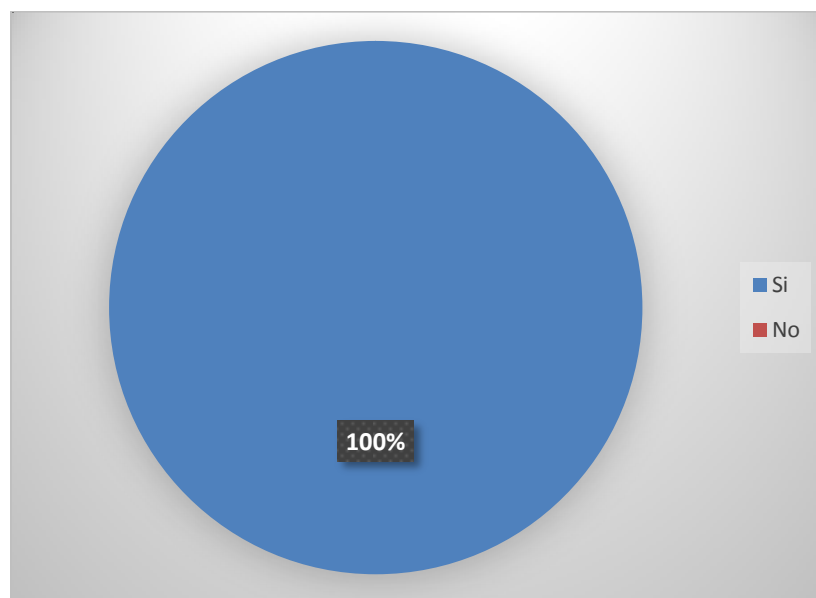
**Pregunta 8: ¿Realiza gastos en otros elementos aparte de mantenimiento?**

**Tabla 25: Gastos extra**

Opciones	Responden
Si	12
No	

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 20: Gastos extra**



Fuente: Marco Muñoz

El 100 % de los encuestados plantea que realiza otros gastos a parte de los de mantenimiento.

**Pregunta 9: ¿En cuáles de los siguientes elementos realiza gastos? Puede escoger todos los que considere.**

**Tabla 26: Gastos por ítems**

Opciones	Responden
Sueldo de personal de apoyo	12
Viáticos	8
Electricidad	12
Renta de oficina	10
Combustible	12
Publicidad	12

Fuente: Marco Muñoz

En el análisis de los datos se observa que el 100% de los encuestados realiza gastos en los ítems Sueldo, Electricidad, Combustible y Publicidad. No sucede así con Viáticos y Renta de oficina.

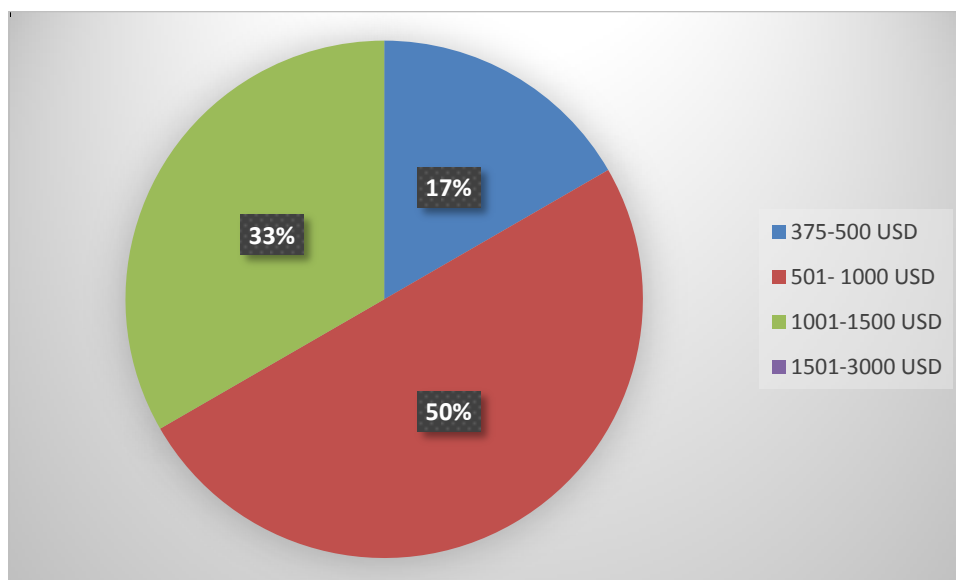
**Pregunta 10: ¿Cuál es el monto de gasto promedio en los siguientes aspectos?**

**Tabla 27: Gasto promedio Sueldo**

Sueldo de personal de apoyo (Mensual)	
375-500 USD	2
501- 1000 USD	6
1001-1500 USD	4
1501-3000 USD	

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 21: Gasto promedio Sueldo**



Fuente: Marco Muñoz

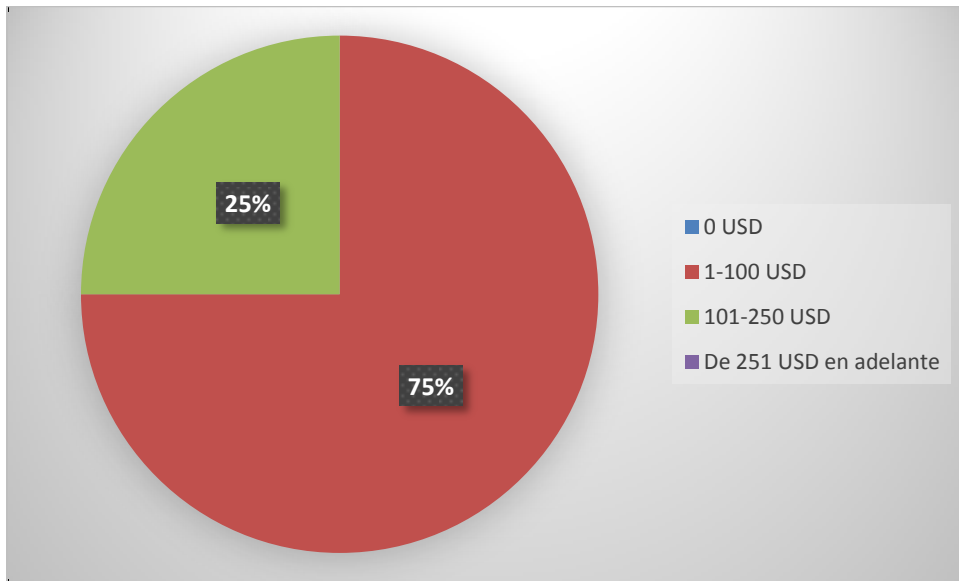
En este aspecto destaca el 50% de 501 a 1000 USD en sueldos, el 33% de 1001 a 1500 USD y el 17% de 375 a 500 USD

**Tabla 28: Gasto promedio Viáticos**

Viáticos (Mensual)	
0 USD	
1-100 USD	6
101-250 USD	2
De 251 USD en adelante	

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 22: Gasto promedio Viáticos**



Fuente: Marco Muñoz

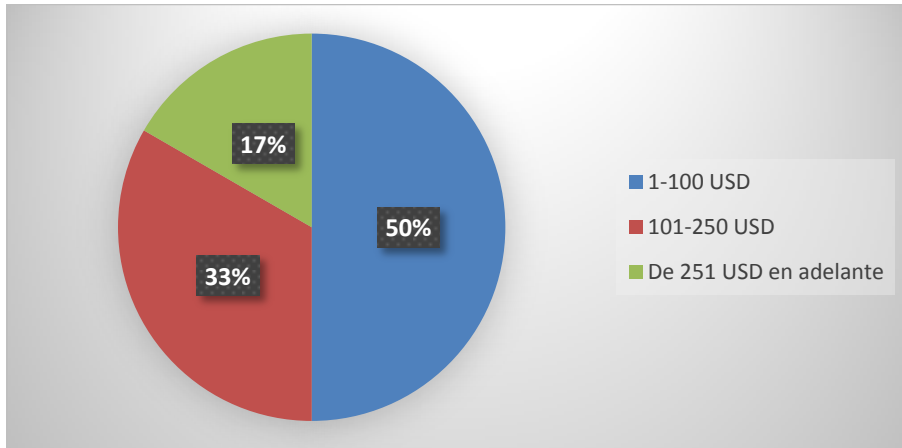
Como se evidencia el 75% de los encuestados plantea que utiliza hasta 100 USD en Viáticos, un 25% utiliza de 101 a 250 USD en este mismo ítem.

**Tabla 29: Gasto promedio Electricidad**

Electricidad	
1-100 USD	6
101-250 USD	4
De 251 USD en adelante	2

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 23: Gasto promedio Electricidad**



Fuente: Marco Muñoz

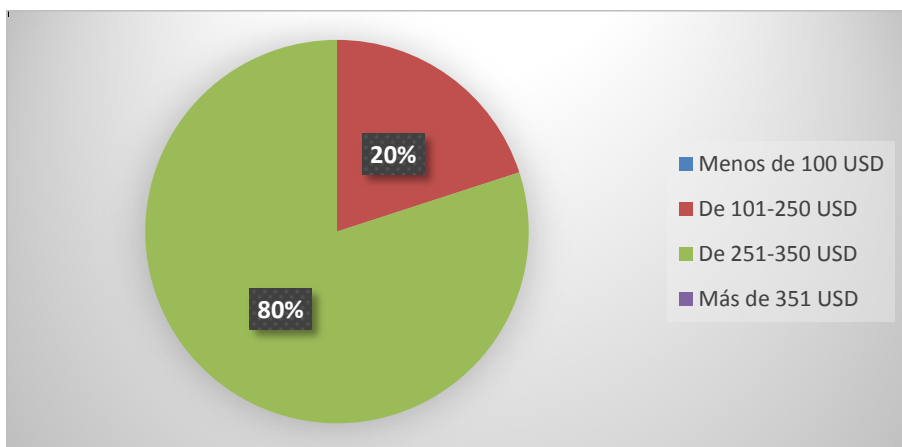
De los encuestados el 50% gasta menos de 100 o hasta 100 USD en Electricidad. Un 17 % gasta de 251 en adelante y un 33 % de 101 a 250 USD en este aspecto.

**Tabla 30: Gasto promedio Renta de oficina**

Renta de oficina	
Menos de 100 USD	
De 101-250 USD	2
De 251-350 USD	8
Más de 351 USD	

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 24: Gasto promedio Renta de oficina**



Fuente: Marco Muñoz

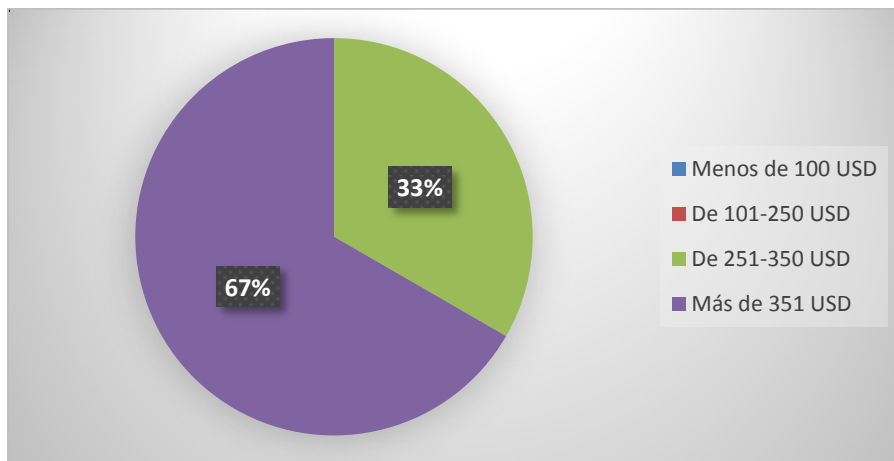
El mayor porcentaje de los encuestados que rentan plantea gastar de 251 a 350 USD en renta mientras el 20 % solo gasta de 101 a 250 USD por este concepto.

**Tabla 31: Gasto promedio Combustible**

Combustible	
Menos de 100 USD	
De 101-250 USD	
De 251-350 USD	4
Más de 351 USD	8

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 25: Gasto promedio Combustible**



Fuente: Marco Muñoz

El 67% de los encuestados plantea que gasta más de 351 USD en combustible mientras el 33% gasta de 251 a 350 USD.

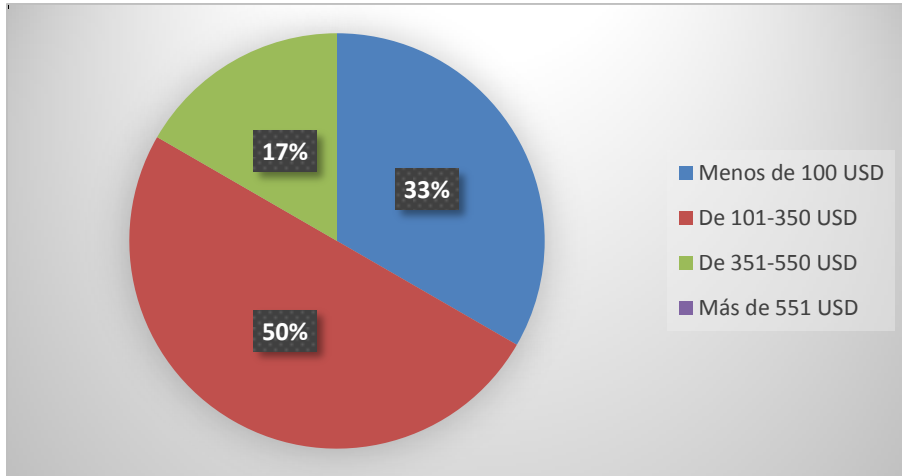
**Tabla 32: Gasto promedio Publicidad**

Publicidad	
Menos de 100 USD	4
De 101-350 USD	6
De 351-550 USD	2
Más de 551 USD	

Fuente: Marco Muñoz

**Gráfico 26: Gasto promedio Publicidad**





Fuente: Marco Muñoz

La publicidad es fundamental para cualquier empresa. De los encuestados un 50% gasta en este aspecto de 101 a 350 USD, un 33% menos de 100 USD y un 17 % de 351 a 550 USD.

## **Fase 3: ANÁLISIS DE LOS COSTOS**

### **3.1. Inversión Inicial**

Para el análisis del financiamiento necesario para la puesta en marcha de la empresa, se tomó en consideración la política comercial y bancaria del gobierno actual, para obtener el financiamiento en largo plazo que garantice la puesta en marcha del proyecto en su gestión pertinente.

Luego de analizar las mejores ofertas bancarias así como también los requisitos que se deben presentar, la tasa efectiva y el tiempo en el cual se debe cancelar la deuda, se ha tomado como fuente de financiamiento La Corporación Financiera Nacional (CFN), la misma que para créditos de hasta 300.000,00 USD o superiores se exige:

- ✓ Proyecto de viabilidad.
- ✓ Declaración de impuesto a la renta del último ejercicio fiscal.
- ✓ Títulos de Propiedad de las garantías reales que se ofrecen.
- ✓ Carta de pago de impuestos.
- ✓ Permisos de funcionamiento y de construcción cuando proceda.
- ✓ Planos aprobados de construcción, en el caso de obras civiles.
- ✓ Proformas de la maquinaria a adquirir.
- ✓ Proformas de materia prima e insumos a adquirir.

El crédito solicitado a la institución sería con un interés del 8,81% a 24 meses plazo, o forma de capitalización mensual a 2 años. El análisis de los montos totales a ser financiados se muestra en el siguiente epígrafe.

#### **3.1.1. Activos Corrientes y no Corrientes**

Dentro de los parámetros de inversión inicial se identifica en general la totalidad de activos corrientes y activos fijos necesarios para la puesta en marcha del proyecto.

A continuación se muestra cuáles serían los activos fijos a adquirir y las características de cada uno de ellos.

Tabla 33: Características del Vehículo

VEHÍCULOS	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Auto	Cherry Practivan, Motor Cilindraje: 1173 C.C. Potencia: 80/6.000 H.P/rpm. Capacidad de personas: 11, Suspensión delantera: McPherson independiente con muelle helicoidal, tipo barril absorbente, Suspensión trasera: Eje rígido, 6 ballestas y amortiguador de batella, tracción posterior cono, corona	15

Fuente: Marco Muñoz

Tabla 34: Equipos de Cómputo

EQUIPOS DE CÓMPUTO	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Computador	Monitor LDC 15 pulgadas, CPU con 4 GB de RAM y 500 GB de memoria. DVD RW, Teclado, Webcam, Micrófono –auricular, CHP34. Mouse, regulador de Voltaje.	2
Impresora	Canon Multifunción Mg2410	2

Fuente: Marco Muñoz

Tabla 35: Muebles de Oficina

MUEBLES DE OFICINA	CARACTERÍSTICAS	CANTIDAD
Escritorio	Dimensiones: 1,50 x 1.50m x 0.60m con Cajonera	2
Silla Giratoria	Giratoria neumáticos con espaldar medio en excelentes materiales y ergonómica garantizada	2
Silla Sencilla	Madera Cojín, Asiento, set. básico	20
Archivador	Archivador Vertical 4 Gavetas	1
Estanterías	MDF tratado, ubicación intro pared	2

Fuente: Marco Muñoz

Tabla 36: Telefonía

<b>TELEFONÍA</b>	<b>CARACTERÍSTICAS</b>	<b>CANTIDAD</b>
Telefonía Móvil	Samsung, 202. 100 Mini tarifa. Promoción Prepago.	15
Teléfono	Teléfono de SMS/Fax, funciones Flash y Radial con un botón,, nivel 2 oficinas	1

Fuente: Marco Muñoz

Para el cálculo de los montos asociados a dichos activos se tomó como base precios del sitio <http://www.cinascar.com.ec/chery/practivan-karry>, para los vehículos puesto que se encuentra en la lista de vehículos homologados para el objeto social que se pretende como se observa en la página <http://www.ant.gob.ec/index.php/listado-de-homologacion-vehicular>.

Además proveedores como Novicompu, Megamobiliier y Movistar especialistas en equipos de cómputo el primero, de mobiliario el segundo y telefonía el tercero. Para el capital de trabajo te tendrá en cuenta los gastos operativos que tendría la empresa en su primer mes.

Los cálculos estimados muestran un capital necesario de 260.585,00 USD como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 37: Inversión Inicial

Activos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
<b>Inversión Inicial</b>			
Capital de Trabajo			5.000,00
<b>Activos</b>			
Vehículos	15	16.390,00	245.850,00
Computadores	2	500,00	1.000,00
Impresora	2	65,00	130,00
Escritorio	2	165,00	330,00
Silla Giratoria	2	40,00	80,00
Silla Sencilla	20	25,00	500,00
Archivador	1	155,00	155,00
Estanterías	2	120,00	240,00
Telefonía Móvil	15	480,00	7.200,00
Telefonía Fija	1	100,00	100,00
<b>Total Activos</b>			<b>255.585,00</b>
<b>Total de Inversión</b>			<b>260.585,00</b>

Fuente: Marco Muñoz

El monto necesario para la inversión se estima que pueda ser financiado por la Corporación Financiera Nacional en un 70% lo que equivale a 182.409,50 USD y los restantes 78.175,50 USD serán asumidos por accionistas de la empresa.

El cálculo de la amortización del préstamo se puede realizar de dos formas diferentes, utilizando cuotas fijas de capital, o pagos de dividendos iguales, siendo este último el utilizado por la Corporación Financiera Nacional (CFN). La simulación de la amortización realizada en la página de la CFN se muestra en los anexos.

### 3.1.2. Gastos Operativos

Los gastos operativos del proyecto, se muestran en la tabla 38, los mismos están asociados a las siguientes actividades:

- ✓ Se arrienda una oficina con un costo estimado según el mercado de 300,00 USD.

- ✓ Se Contratan 3 Operadoras con un salario de 400,00 USD que recibirán las llamadas con las solicitudes de servicio de los cliente y trabajarán en turnos seguidos 8 horas cubriendo las 24 horas del día.
- ✓ Se Contrata un auxiliar de servicio con salario básico de 354,00 USD.
- ✓ Se realizará una capacitación anual estimada en 200,00 USD por cada socio lo que sumaría un monto de 3.000,00 USD.
- ✓ Los gastos de combustible están asociados a los siguientes factores:
  - ✓ Distancia a recorrer por cada viaje 40 km, multiplicado por los 6 viajes diarios y un total de 15 vehículos serian 3.600 km Diarios, 108.000km mensuales y 1.296.000 km al año.
  - ✓ El consumo de Gasolina según la ficha técnica del Cherry Practivan es de 50 Km por Galón, lo que sería 25.920 galones anuales.
  - ✓ El precio de un galón de Gasolina según Petro-Comercial en ecuador es de 1,48 USD lo que representa un costo en cuanto a combustible de 38.361,60 USD anual.
- ✓ Se realizará un mantenimiento mensual valorado en 30,00 USD

Tabla 38: Costos Operativos

<b>DETALLE DE COSTOS OPERATIVOS</b>						
		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<b>Mano de Obra</b>						
3	Operadoras	19.296,38	19.296,38	19.296,38	19.296,38	19.296,38
1	Auxiliar de Servicios	5.736,04	5.736,04	5.736,04	5.736,04	5.736,04
<b>Sub Total</b>		<b>25.032,42</b>	<b>25.032,42</b>	<b>25.032,42</b>	<b>25.032,42</b>	<b>25.032,42</b>
<b>Otros Gastos</b>						
	Capacitación	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
	Combustible	38.361,60	38.361,60	38.361,60	38.361,60	38.361,60
	Arrendamiento de Local	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
	Mantenimiento de Vehículo	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
	Gastos Financieros	12.074,36	4.402,95			
<b>Sub Total</b>		<b>62.435,96</b>	<b>54.764,55</b>	<b>50.361,60</b>	<b>50.361,60</b>	<b>50.361,60</b>
<b>Gastos Totales</b>		<b>87.468,38</b>	<b>79.796,97</b>	<b>75.394,02</b>	<b>75.394,02</b>	<b>75.394,02</b>

Fuente: Marco Muñoz

En cuanto al cálculo de la depreciación según el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno del SRI, las tasas para depreciación de activos son los siguientes:

- ✓ Inmuebles (excepto terrenos), naves, aeronaves, barcasas y similares 5% anual.
- ✓ Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- ✓ Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- ✓ Equipos de cómputo y software 33% anual.

Tabla 39: Depreciación de los Activos

Activos	Valor Total	% A Depreciar	Depreciación Año 1	Depreciación Año 2	Depreciación Año 3	Depreciación Año 4	Depreciación Año 5	Valor Residual
<b>Activos no Corrientes</b>								
Vehículos	245.850,00	20%	49.170,00	49.170,00	49.170,00	49.170,00	49.170,00	0,00
Computadores	1.000,00	33%	330,00	330,00	330,00	10,00		0,00
Impresora	130,00	33%	42,90	42,90	42,90	1,30		0,00
Escritorio	330,00	10%	33,00	33,00	33,00	33,00	33,00	165,00
Silla Giratoria	80,00	10%	8,00	8,00	8,00	8,00	8,00	40,00
Silla Sencilla	500,00	10%	50,00	50,00	50,00	50,00	50,00	250,00
Archivador	155,00	10%	15,50	15,50	15,50	15,50	15,50	77,50
Estanterías	240,00	10%	24,00	24,00	24,00	24,00	24,00	120,00
	<b>248.285,00</b>		<b>49.673,40</b>	<b>49.673,40</b>	<b>49.673,40</b>	<b>49.311,80</b>	<b>49.300,50</b>	
<b>Depreciacion</b>			<b>49.673,40</b>	<b>49.673,40</b>	<b>49.673,40</b>	<b>49.311,80</b>	<b>49.300,50</b>	<b>652,50</b>

Fuente: Marco Muñoz

### 3.1.3. Costos Fijos y Variables

Partiendo de los costos operativos identificados, los mismos son desglosados en costos fijos y variables de la siguiente manera.

Tabla 40: Costos Fijos

<b>Costos Fijos</b>						
<b>Actividades</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
3	Operadoras	19.296,38	19.296,38	19.296,38	19.296,38	19.296,38
1	Auxiliar de Servicios	5.736,04	5.736,04	5.736,04	5.736,04	5.736,04
	Capacitación	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00
	Arrendamiento de Local	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00	3.600,00
	Gastos Financieros	12.074,36	4.402,95			
<b>TOTAL</b>		<b>43.706,78</b>	<b>36.035,37</b>	<b>31.632,42</b>	<b>31.632,42</b>	<b>31.632,42</b>

Fuente: Marco Muñoz

Tabla 41: Costos Variables

<b>Costos Variables</b>						
<b>Actividades</b>		<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
	Combustible	38.361,60	38.361,60	38.361,60	38.361,60	38.361,60
	Mantenimiento de Vehículo	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
<b>TOTAL</b>		<b>43.761,60</b>	<b>43.761,60</b>	<b>43.761,60</b>	<b>43.761,60</b>	<b>43.761,60</b>

Fuente: Marco Muñoz

### 3.2. Presupuesto de Ingresos

Tomando como referencia el precio que cobran las empresas que brindan el servicio de transportación al aeropuerto como se muestra en la siguiente Tabla, y tomando como premisa la aplicación de una política de precios idónea para insertarse en el mercado, se propone cobrar el servicio de transporte turístico con un precio inferior al de la competencia lo que nos indica que pudiera ser de 7,00 USD por persona.



Tabla 42: Listado de Empresas que Brindan servicios de Transportación al Aeropuerto

Empresa	Ruta	Tarifas / No. personas				Características
		2	3	4	5	
<b>Al aeropuerto.com</b> <i>Servicio privado</i>	1 vía	\$ .29	\$ .29	\$ .34	\$ .39	Privado, Seguro y Económico. WiFi. Recibimiento a la salida del vuelo.
	2 vías	\$ .52	\$ .52	\$ .62	\$ .72	
<b>Taxis Aeropuerto</b> <i>Servicio privado</i>	1 vía	\$ .26	\$ .26	\$ .52	\$ .52	3 personas por taxi. Espacio limitado para el equipaje
	2 vías	\$ .52	\$ .52	\$ .104	\$ .104	
<b>Bus Metropolitano</b> <i>Servicio compartido</i>	1 vía	\$ .4	\$ .6	\$ .8	\$ .10	Económico, sin espacio para equipaje. Atención de 05h30 a 19h00, salen cada 15 min.
	2 vías	\$ .8	\$ .12	\$ .16	\$ .20	
<b>Bus Aeroservicios</b> <i>Servicio compartido</i>	1 vía	\$ .16	\$ .24	\$ .32	\$ .40	Requiere un taxi adicional para llegar a su destino. Salidas cada 60 min.
	2 vías	\$ .32	\$ .48	\$ .64	\$ .80	

Fuente: (www.alaeropuerto.com, 2014)

El cálculo de los ingresos durante los 5 años representados en la tabla 43, se realizó bajo los siguientes supuestos.

- ✓ Precio del servicio 7,00 USD por persona.
- ✓ Los 15 vehículos se mantengan funcionales durante los 5 años.
- ✓ Cada vehículo pueda realizar un total de 6 viajes en el día, tomando como base que el aeropuerto funciona las 24 horas y los clientes potenciales pueden estar llegando durante esas 24 horas.
- ✓ Los Vehículos tienen una capacidad para 11 personas, pero se tomará como referencia solamente 6 pasajeros.
- ✓ Basándonos en los datos que ofrece el Instituto Nacional de Estadística y Censo en su sitio web, donde muestra una variación de la inflación de un 3% a un 5% en los últimos años, datos bajo los cuales nos guiamos para tomar como base un 4% de incremento en los ingresos por la inflación.

Tabla 43: Ingresos Estimados por Año

Ingreso Diario	Ingreso Mensual	Ingreso Año 1	Ingreso Año 2	Ingreso Año 3	Ingreso Año 4	Ingreso Año 5
3.780,00	113.400,00	1.360.800,00	1.415.232,00	1.471.841,28	1.530.714,93	1.591.943,53

Fuente: Marco Muñoz

### 3.3. Estado de Flujo de Efectivo

Atendiendo a los datos antes expuestos sobre la inversión inicial, los flujos de ingresos y los gastos operacionales, se muestra un Flujo de Efectivo representando el pronóstico de las entradas y salidas de efectivo durante los 5 años de estudio del proyecto.

Tabla 44: Estado de Flujo de Efectivo

Flujo de Efectivo						
	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Flujos Iniciales</b>						
Capital de Trabajo	-5.000,00					
Compra de Activos	-255.585,00					
<b>Flujos Operacionales</b>						
Ingresos		1.360.800,00	1.415.232,00	1.471.841,28	1.530.714,93	1.591.943,53
(-) Costo de Mano de Obra		-25.032,42	-25.032,42	-25.032,42	-25.032,42	-25.032,42
(-) Capacitación		-3.000,00	-3.000,00	-3.000,00	-3.000,00	-3.000,00
(-) Combustible		-38.361,60	-38.361,60	-38.361,60	-38.361,60	-38.361,60
(-) Arrendamiento de Local		-3.600,00	-3.600,00	-3.600,00	-3.600,00	-3.600,00
(-) Mantenimiento de Vehículo		-5.400,00	-5.400,00	-5.400,00	-5.400,00	-5.400,00
(-) Depreciación		-49.673,40	-49.673,40	-49.673,40	-49.311,80	-49.300,50
Utilidades antes de Interese e Impuesto		1.235.732,58	1.290.164,58	1.346.773,86	1.406.009,11	1.467.249,01
(-) Gastos Financieros		-12.074,36	-4.402,95			
Utilidades antes de Impuesto		1.223.658,22	1.285.761,63	1.346.773,86	1.406.009,11	1.467.249,01
(-) Participación de Trabajadores		-183.548,73	-192.864,25	-202.016,08	-210.901,37	-220.087,35
(-) Impuestos		-269.204,81	-282.867,56	-296.290,25	-309.322,01	-322.794,78
Utilidades después de Impuesto		770.904,68	810.029,83	848.467,53	885.785,74	924.366,88
(+) Readición de la Depreciación		49.673,40	49.673,40	49.673,40	49.311,80	49.300,50
Flujos de Efectivo Operacionales		820.578,08	859.703,23	898.140,93	935.097,54	973.667,38
<b>Flujos Finales</b>						
(+) Valor de Salvamento						652,50
(+) Recuperación de Capital de Trabajo						5.000,00
<b>Flujo de Efectivo Total</b>	<b>-260.585,00</b>	<b>820.578,08</b>	<b>859.703,23</b>	<b>898.140,93</b>	<b>935.097,54</b>	<b>979.319,88</b>

Fuente: Marco Muñoz

### 3.4. Estado de Resultados

Partiendo de los resultados arrojados por el Flujo de Efectivo se estima que el Estado de Resultados se proyecte para los 5 años en los que se analiza el proyecto de la siguiente manera.

Tabla 45: Estado de Resultados

<b>ESTADO DE RESULTADO</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Ingresos Operacionales</b>					
Ventas	1.360.800,00	1.415.232,00	1.471.841,28	1.530.714,93	1.591.943,53
(-) Costo de ventas	92.931,60	92.931,60	92.931,60	92.931,60	92.931,60
<b>Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>1.267.868,40</b>	<b>1.322.300,40</b>	<b>1.378.909,68</b>	<b>1.437.783,33</b>	<b>1.499.011,93</b>
(-) Gastos de Administración	12.839,44	12.839,44	12.839,44	12.477,84	12.466,54
(-) Gastos de Ventas	19.296,38	19.296,38	19.296,38	19.296,38	19.296,38
<b>(Pérdida) Utilidad Operacional</b>	<b>1.235.732,58</b>	<b>1.290.164,58</b>	<b>1.346.773,86</b>	<b>1.406.009,11</b>	<b>1.467.249,01</b>
(-) Gastos Financieros	12.074,36	4.402,95			
<b>Utilidad (Pérdidas) antes de Impuestos</b>	<b>1.223.658,22</b>	<b>1.285.761,63</b>	<b>1.346.773,86</b>	<b>1.406.009,11</b>	<b>1.467.249,01</b>
(-) Participación de Trabajadores	183.548,73	192.864,25	202.016,08	210.901,37	220.087,35
(-) Impuesto a la Renta	269.204,81	282.867,56	296.290,25	309.322,01	322.794,78
<b>UTILIDAD DEL EJERCICIO</b>	<b>770.904,68</b>	<b>810.029,83</b>	<b>848.467,53</b>	<b>885.785,74</b>	<b>924.366,88</b>

Fuente: Marco Muñoz

### 3.5. Balance General

Dado los resultados del Estado de Ganancia o Pérdida, el Balance General para los cinco años que se analizan quedaría de la siguiente forma.

Tabla 46: Balance General

<b>BALANCE GENERAL</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>ACTIVO</b>					
<b>Activos Corrientes</b>					
Caja y Banco	749.907,07	739.267,13	827.378,23	914.008,24	1.001.889,88
Total de Activos Corrientes	749.907,07	739.267,13	827.378,23	914.008,24	1.001.889,88
<b>Activos no Corrientes</b>					
Vehículo	196.680,00	147.510,00	98.340,00	49.170,00	0,00
Equipos de Computo	757,10	384,20	11,30	0,00	0,00
Muebles de Oficina	1.174,50	1.044,00	913,50	783,00	652,50
Total de Activos no Corrientes	198.611,60	148.938,20	99.264,80	49.953,00	652,50
<b>Total de Activos</b>	<b>948.518,67</b>	<b>888.205,33</b>	<b>926.643,03</b>	<b>963.961,24</b>	<b>1.002.542,38</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>Pasivos Corrientes</b>					
Obligaciones Bancarias	99.438,49				
Total de Pasivos Corrientes	99.438,49	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Pasivos no Corrientes</b>					
<b>Total de Pasivos</b>	<b>99.438,49</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Social	78.175,50	78.175,50	78.175,50	78.175,50	78.175,50
Resultado Acumulado	770.904,68	810.029,83	848.467,53	885.785,74	924.366,88
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>849.080,18</b>	<b>888.205,33</b>	<b>926.643,03</b>	<b>963.961,24</b>	<b>1.002.542,38</b>
<b>Total de Pasivo + Patrimonio</b>	<b>948.518,67</b>	<b>888.205,33</b>	<b>926.643,03</b>	<b>963.961,24</b>	<b>1.002.542,38</b>

Fuente: Marco Muñoz

### 3.6. Indicadores Financieros

A continuación se realizarán los cálculos de un grupo de razones financieras tomando como base los Estados Financieros de la empresa en el periodo de cinco años en los cuales se ha analizado la empresa anteriormente.

#### 3.6.1. Indicadores de Liquidez

Las razones de liquidez permiten analizar el estado de la liquidez con que cuenta la empresa para sus operaciones. Las mismas evalúan la disponibilidad financiera de la empresa para cubrir las obligaciones en el corto plazo, para ello se emplean los siguientes indicadores:

## Razón Corriente

Razón Corriente = Activo Corriente / Pasivo Corriente

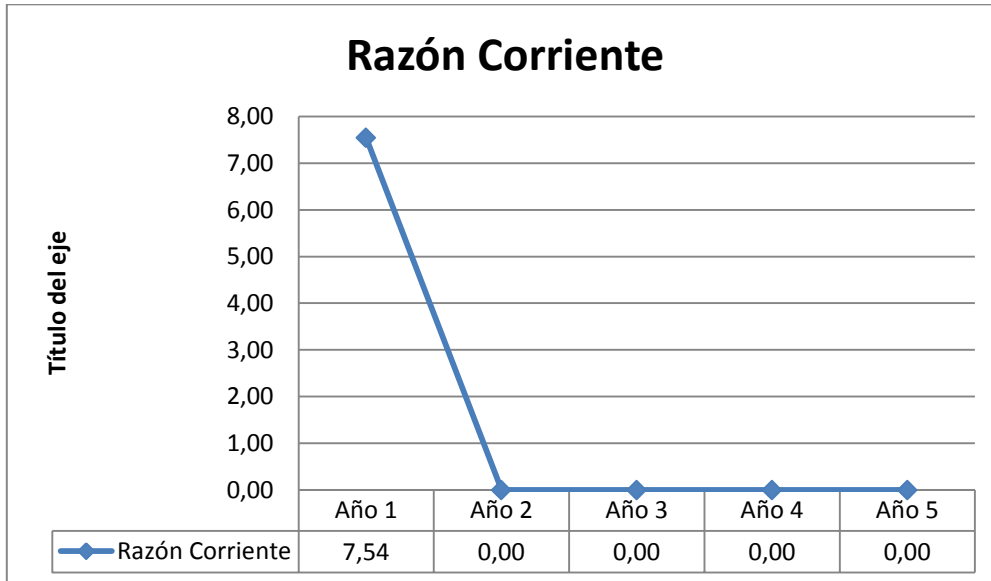


Gráfico 27: Razón Corriente

Fuente: Marco Muñoz

El análisis de la razón de corriente nos muestra que la empresa a partir del segundo año ya no cuenta con deudas a corto plazo por lo que el resultado de dicho indicador es cero o nulo. En cuanto a resultado del primer año la empresa muestra suficiente liquidez para cubrir sus deudas a corto plazo.

## Capital Neto de Trabajo

Capital Neto de Trabajo = Activo corriente - Pasivo corriente

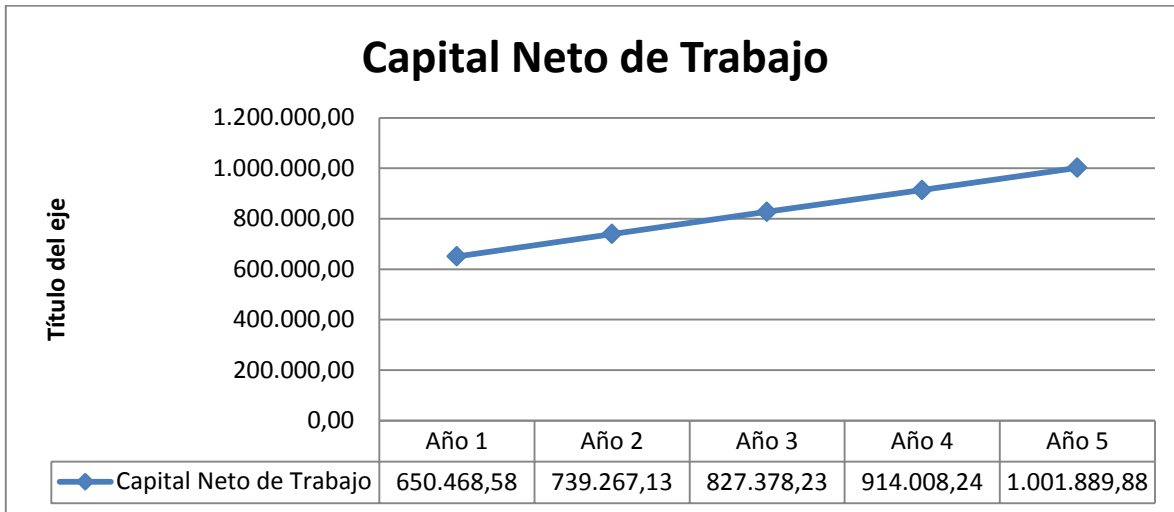


Gráfico 28: Capital Neto de Trabajo

Fuente: Marco Muñoz

El resultado de dicho indicador valida los resultados del análisis anterior siendo el capital neto de trabajo el total de los activos corrientes a partir del segundo año ya que no se cuentan con pasivos corrientes en ese periodo.

### 3.6.2. Indicadores de Endeudamiento

Las razones de endeudamiento permiten analizar el grado de endeudamiento que tiene la empresa y la capacidad que esta tiene para cubrir sus pasivos. Entre los indicadores que se utilizan para dicho análisis se tiene:

## Razón de endeudamiento

Razón de endeudamiento = Pasivo total / Activo total.

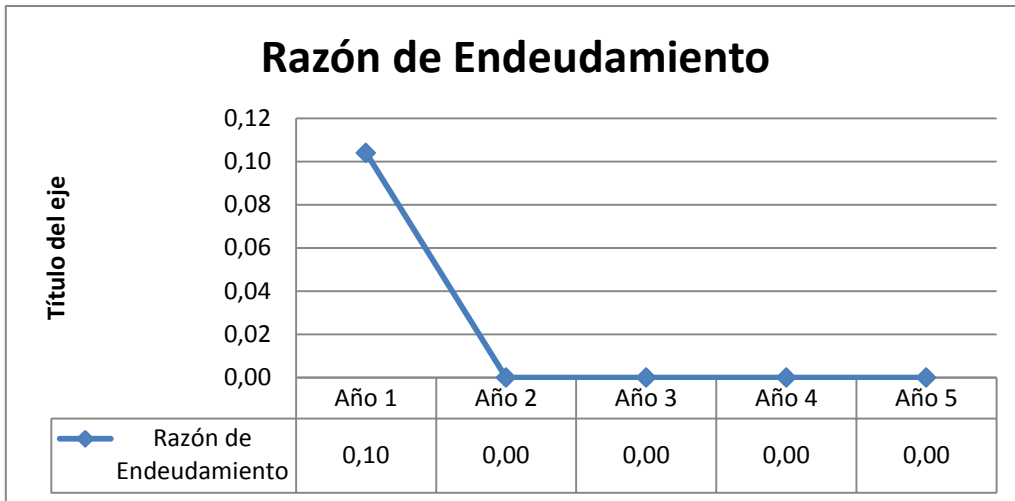


Gráfico 29: Razón de Endeudamiento

Fuente: Marco Muñoz

En consecuencia con los resultados antes mencionados, teniendo en cuenta que la empresa cuenta con las obligaciones bancarias al final del primer año, los resultados que se muestran a partir del segundo año son cero. Con respecto al primer año el análisis del mismo arroja que por cada 0,10 USD de deudas con terceros posee 1,00 USD de activos para cubrir dichas deudas.

## Razón pasivo capital

Razón pasivo capital = Pasivo a largo plazo / Capital contable.

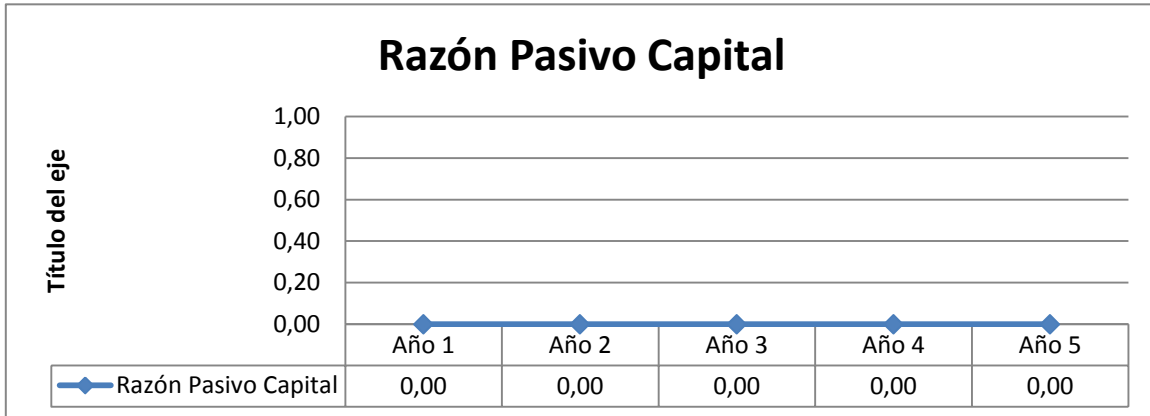


Gráfico 30: Razón Pasivo Capital

Fuente: Marco Muñoz

Es de señalar en dicho indicador que al no contar la empresa con pasivos a largo plazo todos los resultados del periodo que se analiza son ceros.

## Autonomía Financiera

Autonomía Financiera = Patrimonio Neto / Pasivo Exigible Total

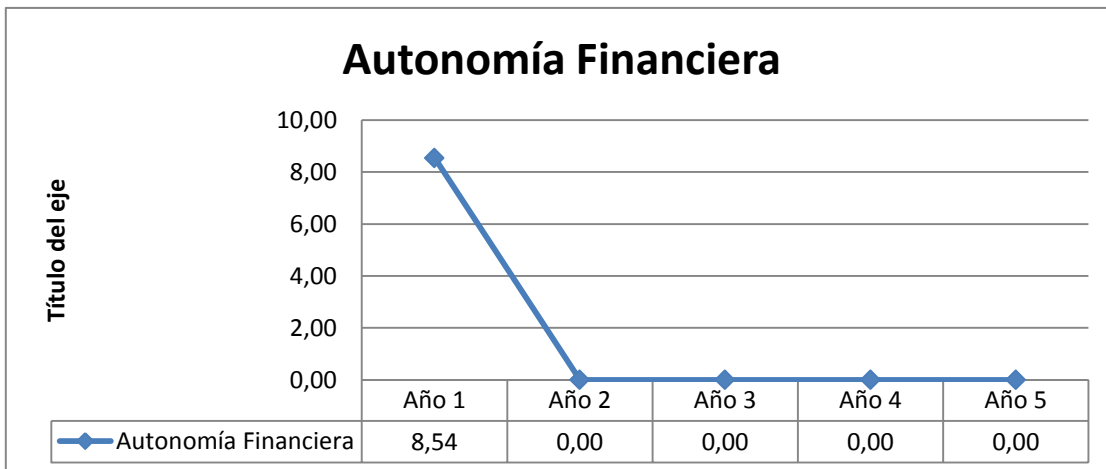


Gráfico 31: Autonomía Financiera

Fuente: Marco Muñoz



Los resultados de dicho indicador muestran al igual que los indicadores anteriores resultados de cero a partir del segundo año, Con respecto al primero los resultados muestran que se posee un capital de 8,54 USD por cada dólar de pasivo de la empresa.

**3.6.3. Indicadores de Rentabilidad**

Con estos indicadores se pretende medir el nivel o grado de rentabilidad que logra la empresa ya sea en comparación a las ventas, al valor de los activos o respecto al capital aportado por los accionistas. Los indicadores más utilizados son los siguientes:

**Margen de Utilidad**

Margen de Utilidad = Utilidad neta / Ventas

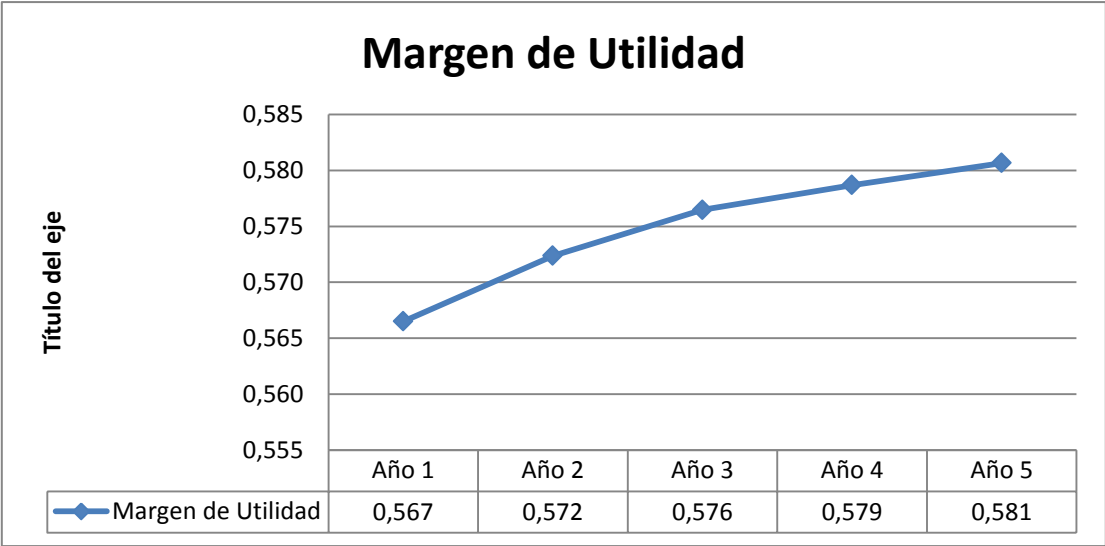


Gráfico 32: Margen de Utilidad

Fuente: Marco Muñoz

El análisis de dicho indicador nos muestra un incremento paulatino de las utilidades de la empresa siendo el incremento más acentuado en el año dos, teniendo presente que en el primer año se cuentan con los gastos asociados al financiamiento.

## Rentabilidad sobre Activos

Rentabilidad sobre Activos = Utilidad Neta/Total de Activo

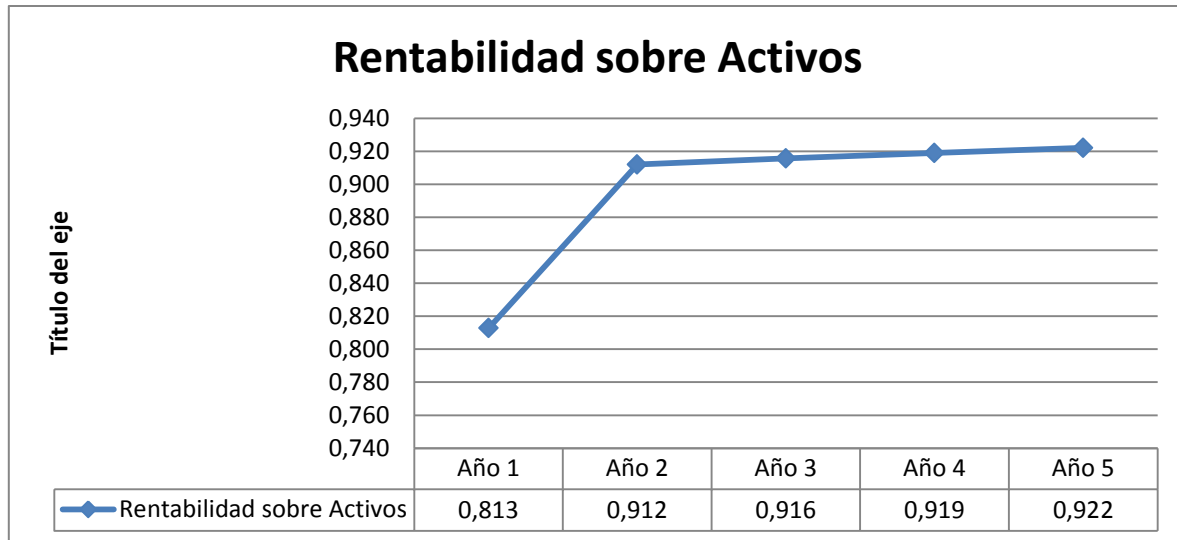


Gráfico 33: Rentabilidad sobre Activos

Fuente: Marco Muñoz

Los resultados muestran un incremento paulatino de la rentabilidad de los activos, siendo más pronunciado en el año 2, reafirmando los resultados del indicador anterior, siendo la principal causa igualmente los gastos en el año 1 asociado al préstamo de la Corporación Financiera Nacional.

## Rentabilidad sobre el Patrimonio

Rentabilidad sobre el Patrimonio = Utilidad Neta/Patrimonio

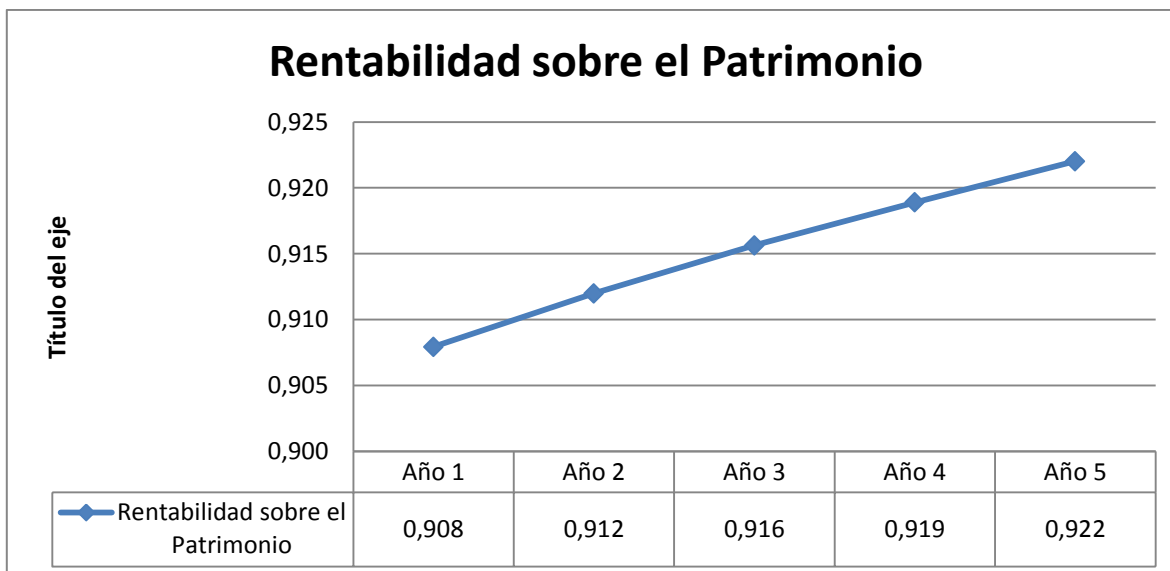


Gráfico 34: Rentabilidad Sobre el Patrimonio

Fuente: Marco Muñoz

Al igual que el resto de los indicadores, la rentabilidad sobre el patrimonio muestra un incremento paulatino durante los cinco años estudiados, siendo de 0,908 USD y llegando a 0,922 USD, lo que representa que en la empresa se obtienen 0,922 USD de utilidad por cada dólar de patrimonio con los que se cuentan en la misma.

### 3.7. Punto de Equilibrio

En el punto de equilibrio se identifica el nivel mínimo de ventas o actividad de servicios o producción que la institución debe generar para cubrir sus costos. Las desviaciones que pudiera sufrir el punto de equilibrio están influenciadas por las variaciones de los costos fijos, de los precios de venta así como del costo variable unitario.

Para determinar el punto de equilibrio se emplean las siguientes fórmulas:

PE unidades = Costo Fijo Totales / (Precio de Venta Unitario – Costo Variable Unitario)

PE \$ = Costo Fijo Totales / (1- Costo Variable)/ Ventas

A continuación se muestra los cálculos del mismos tomando como base los costos variables y fijos identificados anteriormente al igual que el plan de ventas estimados para los 5 años en los que se analiza el proyecto.

Tabla 47: Punto de Equilibrio

Punto de Equilibrio (PE)					
RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas	1.360.800,00	1.415.232,00	1.471.841,28	1.530.714,93	1.591.943,53
Costo Variable	43.761,60	43.761,60	43.761,60	43.761,60	43.761,60
Costos Fijos	43.706,78	36.035,37	31.632,42	31.632,42	31.632,42
<b>Punto de Equilibrio (PE)</b>	<b>0,033</b>	<b>0,026</b>	<b>0,022</b>	<b>0,021</b>	<b>0,020</b>
<b>Ventas Necesarias</b>	<b>45.159,03</b>	<b>37.185,20</b>	<b>32.601,75</b>	<b>32.563,37</b>	<b>32.526,55</b>

Fuente: Marco Muñoz

El análisis del punto de equilibrio permite identificar que para el primer año de creada la empresa se requiere un total de 45.159,03 USD para cubrir sus costos, valores de venta que van disminuyendo en el transcurso de los cinco años llegan a ser de tan solo 32.526,55 USD para cubrir sus costos fijos y el correspondiente a los costos variables.

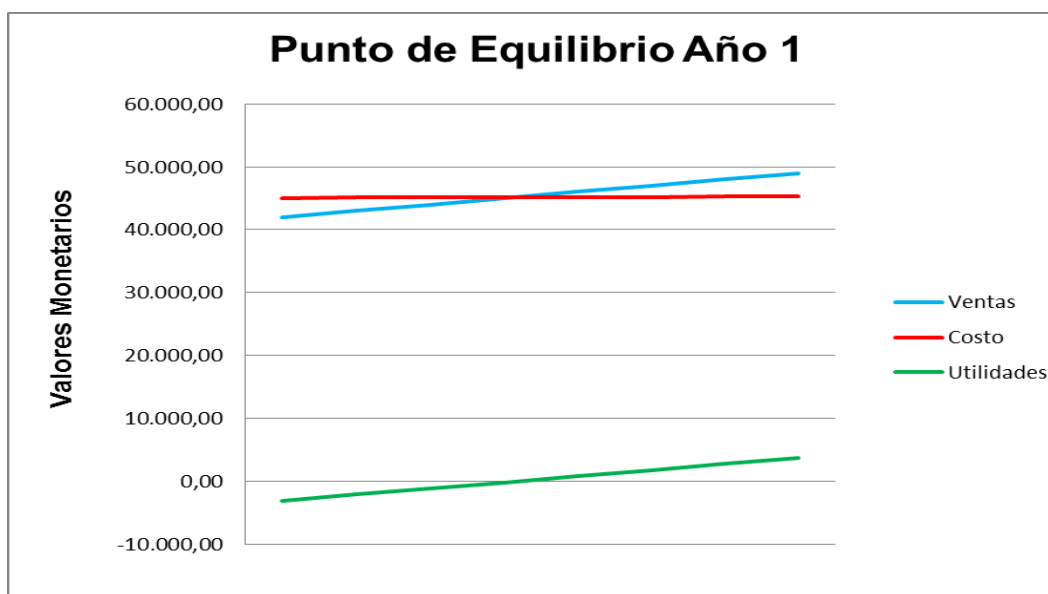


Gráfico 35: Punto de Equilibrio Año 1

Fuente: Marco Muñoz

### **3.8. Impacto Social**

#### **3.8.1. Generación de Fuente de Empleo**

Como parte de los beneficios que se obtiene de la creación de la empresa, estaría la de la creación de puestos de trabajo a los que se adicionaría los puestos de los jóvenes emprendedores que manejarían las van que harían os viajes al aeropuerto.

#### **3.8.2. Igualdad de Género**

No existirá distinción en cuanto género tanto para la selección de los puestos de recepcionista, auxiliar de servicios, o como parte de los/las jóvenes emprendedores que realizaran los viajes al aeropuerto.

#### **3.8.3. Mejoramiento del Nivel de Ingreso**

De igual forma al incrementarse los puestos de trabajo aumenta las posibilidades de ampliar las fuentes de ingresos para aquellas personas que trabajen en la empresa, al igual que los accionistas que invierten en la misma luego de analizar los datos económicos proyectados en el estudio.

#### **3.8.4. Satisfacción de una necesidad social**

Otro de los beneficios que ofrece la creación de la empresa es la posibilidad de empleo y emprendimiento a los jóvenes desempleados, contribuyendo de esta manera a disminuir el índice de desempleo en el país.

### **3.9. Marco Legal**

Para que el presente proyecto se pueda efectuar de forma legal y consistente, donde los jóvenes puedan obtener los beneficios de ley, fomentados por el estado ecuatoriano y sus ministerios, la misma debe cumplir con los referentes legales siguientes:

### 3.9.1. Requisitos de Constitución

La propuesta de cualquier empresa vinculada a la gestión del transporte turístico, tal y como plantea la presente investigación debe registrarse en la superintendencia de compañías. Ello se explica en que todas las compañías de comercio, sean estas productivas o de servicio, deben estar suscritas a la Superintendencia de Compañías. Existen diversos tipos de compañías, las mismas responden a motivos heterogéneos y tienen objetos sociales y metas distintas:

- ✓ La compañía en nombre colectivo.
- ✓ La compañía en comandita simple y dividida por acciones.
- ✓ La compañía de responsabilidad limitada.
- ✓ La compañía anónima.
- ✓ La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, la compañía accidental o cuentas en participación. (Art. 2. Especies de Compañías. Ley de Compañías).

Para constituirse como una compañía deben contemplarse los requisitos legales siguientes:

Reserva de denominaciones, donde se establecen los elementos de denominación: Denominación Objetiva, que implica el nombre. El mismo debe enunciar el objeto social de la compañía. La Razón social, la Expresión Peculiar. Esta implica un slogan o frase que acompaña al título de la compañía y finalmente el Tipo de Compañía (Superintendencia de Compañías, 2012).

Los tipos de compañía contemplados son:

- ✓ Sociedad Anónima (S.A.; C.A.)
- ✓ Compañía de Responsabilidad Limitada (CIA. LTDA.; C. LTDA.; C.L.)
- ✓ Compañía de Economía Mixta (C.E.M.)
- ✓ Compañía en Comandita (COM. EN COMAN.; CIA. EN COMAN; C. EN C.)

Luego de tener estos datos se realiza el proceso de reserva. La misma se realiza a través del portal web institucional antes nombrado. Aquí es donde se valida la propuesta dada por cada solicitante. El sistema electrónico compara con otras inscripciones realizadas y determina que no se esté incumpliendo con alguna determinación. Ello permite identificar que la propuesta realizada se diferencie al menos en un 25 % de las que ya existen. Esta reserva tiene vigencia por 30 días, excepto en el caso de las compañías de transporte terrestre para las que la vigencia es de 365 días término. (Superintendencia de Compañías, 2012)

Para la denominación se hace necesario tener en cuenta que el nombre no afecte principios morales, posea errores ortográficos o sea similares fonéticamente a otra compañía existente. No se admiten las siguientes palabras en el título: “banco, finanzas, financiera, crédito, inversión, cooperativa, ahorro, leasing, u otros términos derivados de estos, corporación financiera, almacén general de depósito, casa de cambio, asociaciones mutualistas de ahorro y crédito para la vivienda y cajas centrales, en general, cualquier otra palabra que haga suponer la realización de actividades bancarias, financieras o de intermediación financiera, que, en cualquier caso, son ajenas a las actividades que controla y vigila la Superintendencia de Compañías y Valores.” (Derecho Ecuador, 2014)

En el caso de que se constituya una Asociación que realice actividad económica los requisitos serían los siguientes: Reserva de denominación, además se entrega la Solicitud de Constitución, el Acta Constitutiva, la Certificación emitida por el secretario provisional de la organización, el Estatuto Social, el Listado de asociados fundadores, que deben ser mínimo 10 y finalmente el Certificado de depósito del aporte al capital social inicial centrado en el monto establecido por el Ministerio Coordinador de Desarrollo Social.

En el caso de que sea una cooperativa los requisitos son los que siguen: Reserva de denominación, la Solicitud de constitución, el Acta Constitutiva, la Certificación que debe ser emitida por el secretario provisional de la misma, el Estatuto Social, la Lista de socios fundadores (art. 7 Reglamento General Ley Orgánica de Economía Popular y Solidaria). Además de lo anterior se debe entregar el

Certificado de depósito en una cooperativa de ahorro y crédito preferentemente y la Declaración simple efectuada y firmada por los socios. Los implicados deben realizar y entregar un Estudio de viabilidad social, además de económica y financiera de la cooperativa a constituirse.

### **3.9.2. Permisos y Limitaciones**

En primer lugar se tiene en cuenta el Reglamento General de Actividades Turísticas que en su Art. 141 plantea: “para que las personas naturales o jurídicas puedan ejercer las actividades turísticas previstas en la ley, deberán registrarse como tales en el Ministerio de Turismo, obtener licencia anual de funcionamiento, la aprobación de los precios de los bienes y servicios que prestan y los demás requisitos y documentos exigidos en otras leyes, reglamentos especiales, resoluciones del Ministerio de Turismo y otros instructivos administrativos” (<http://www.turismo.gob.ec>, 2008)

Existen otros referentes legales que deben ser tenidos en cuenta para la gestión del transporte turístico fuera del Aeropuerto Mariscal Sucre. Un aspecto primordial es que la empresa debe estar registrada en la Cámara Provincial de Turismo de Pichincha, la misma que identifica su accionar en el Art. 1. Del reglamento de afiliaciones de CAPTUR, deben afiliarse a la Cámara todas aquellas personas naturales o jurídicas, que siendo prestadores habituales de los servicios y actividades turísticas, tengan su domicilio legal o establecimiento de la Provincia de Pichincha.

Para la afiliación debe constar el número de registro de la agencia el cual servirá de identificación en cada uno y todos los actos a desarrollar en el ejercicio de la actividad. La obtención de este documento parte de que el interesado llene adecuadamente el “Formulario de Afiliación”, para ello se proporcionan los datos que continúan:

- ✓ Identificar si es persona natural o jurídica
- ✓ El sector de actividad de acuerdo al registro el Ministerio de Turismo
- ✓ Datos del representante legal o persona natural



- ✓ Datos del Establecimiento
- ✓ Referencias personas naturales y jurídicas
- ✓ Actividades Turísticas predominantes
- ✓ Modalidad de pago
- ✓ Solicitud dirigida a la Cámara de Turismo de Pichincha

Cuando todos estos datos son escritos correctamente bajo criterio real y con copias y originales de todos los documentos para su constancia se pasa al envío a la Cámara Provincial de Turismo de Pichincha de los siguientes documentos: (como persona jurídica)

- ✓ Copia de escritura de Constitución de la Compañía o Minuta
- ✓ Copia del último aumento de Capital (si hubiese alguno)
- ✓ Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente
- ✓ Copia del pago al Ministerio de Turismo por el Registro
- ✓ Copia del Registro Único de Contribuyente (RUC)

Cancelar la cuota de afiliación y tres meses por adelantado (esta cuota de afiliación será fijada por el Directorio de la Cámara, según el capital social o el patrimonio)

El proceso de afiliación es el que permite al titular ejercer actividades turísticas respecto a su objeto social, registradas bajo el Ministerio de Turismo. (Art. 6. Reglamento de afiliaciones CAPTUR).

Luego de este momento se hace necesario, a fin de continuar el proceso de constitución de esta empresa de gestión de transporte turístico, llenar la solicitud dirigida al Director Provincial de Salud de Pichincha, detallando: La ubicación del establecimiento (lugar, calle y teléfono), dejando constancia de comprometimiento con:

- ✓ No admitir empleado alguno sin la previa obtención del Certificado de Salud.

- ✓ Proporcionar a todos los empleados prendas reglamentarias de trabajo y cuidar de que estas se encuentren limpias.
- ✓ Tener todos los útiles de manejo que obligan los Reglamentos Sanitarios.
- ✓ Participar inmediatamente en caso de cambio de local.

Con la presentación de esos datos se lleva a la Dirección Provincial de Salud de Pichincha con los siguientes datos: Clasificación del local, Categoría, Tasa, Zona (esta poder ser urbana o rural) y finalmente Visto bueno del supervisor (Reglamento de afiliaciones de Cámara de turismo de Pichincha (CAPTUR))

Como se hace evidente este es un proceso arduo y complejo, que amerita asesoramiento legal pero que es necesario a fin de que las instancias pertinentes funcionen a cabalidad. Cuando el proceso ha llegado a ese punto para operar legalmente se necesita la patente municipal que se comienza a obtener a partir del formulario nombrado Declaración del impuesto de patentes. A ello se adjuntan copias y originales de la Cedula de Identidad y la papeleta de votación del representante legal de la Empresa, además del RUC de la persona jurídica.

En cumplimiento a lo dispuesto en el Art. 382 de la Ley de Régimen Municipal, I Ordenanza 3080 del 14-11-1994 y el código Municipal del 31-12-1997, que establecen, regulan y reglamentan el cobro del Derecho anual e impuesto mensual de patentes. (Dirección Financiera tributaria del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito), de lo cual se debe proporcionar los siguientes datos en el formulario: Nombre o razón social, Numero de RUC, Representante legal, Cédula de Identidad, Dirección (incluyendo número de oficina), Certificación Catastral, Número telefónico, Ubicación (norte, centro, sur, parroquias), Dirección de posibles sucursales, Constitución del Capital, Descripción de la Actividad Económica Principal, Cuando se iniciaron las actividades y Nombre y firma del declarante.

A todo lo anterior se solicita la aceptación del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito, se debe comprar la “solicitud de inspección”, en Tesorería. Esta se llena con todos los datos completos, además de un mapa de localización

del establecimiento. La solicitud se realiza al Comandante General del Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito.

### **3.9.3. Reglamento Interno**

#### REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO

##### CAPITULO I

ARTICULO 1. Este Reglamento hace parte de los contratos individuales de trabajo, celebrados o que se celebren con todos los trabajadores, salvo estipulaciones en contrario que sin embargo solo pueden ser favorables al trabajador y sus disposiciones quedan sometidos tanto la Sociedad como todos sus trabajadores.

##### CAPITULO II

#### CONDICIONES DE CONTRATACIÓN

ARTICULO 2. Requisitos de Admisión. Quien aspire a desempeñar un cargo en la empresa debe hacer la solicitud por escrito para su registro como aspirante, en caso de ser seleccionado debe aportar los siguientes documentos:

- ✓ Hoja de Vida.
- ✓ Copia auténtica del Registro civil de nacimiento.
- ✓ Cédula de Ciudadanía, de extranjería o tarjeta de identidad según sea el caso.
- ✓ Certificado de personas honorables sobre su conducta y capacidad .
- ✓ Dos fotografías recientes.
- ✓ Certificados que acrediten los estudios de bachillerato, técnicos, profesionales y otros requeridos.

ARTICULO 3. Periodo inicial de prueba. Admitido el aspirante, la Empresa podrá estipular con él un periodo de prueba inicial que tendrá por objeto apreciar, por parte de la Empresa, las aptitudes del trabajador oficial y, por parte de éste, las conveniencias de las condiciones de trabajo. Dicha estipulación debe ser por escrito.

ARTICULO 4. Término del periodo de prueba. El período de prueba para todos los trabajadores oficiales de la empresa no puede exceder de dos (2) meses.

### CAPITULO III CLASIFICACION DE LOS CONTRATO

ARTICULO 5. Trabajadores a término indefinido. Los trabajadores oficiales de La Empresa en cuyos contratos de trabajo no se estipule un término fijo, o cuya duración no esté determinada por la obra o la naturaleza de la labor contratada o no se refiera a un trabajo ocasional o transitorio, son trabajadores oficiales contratos a término indefinido, contrato que se entenderá celebrado por un año.

ARTICULO 6. Trabajadores a término fijo. Los trabajadores oficiales cuyos contratos de trabajo se celebren por un lapso determinado, son trabajadores contratados a término fijo. La duración de los contratos no podrá exceder de cinco (5) años, pero son renovables indefinidamente.

ARTICULO 7. Trabajadores de Obra o labor determinada. Están sujetos a esta modalidad de contratación laboral los trabajadores oficiales cuyos contratos de trabajo se celebren por el tiempo que dura la realización de una obra o labor determinada.

### CAPITULO IV JORNADA Y HORARIO DE TRABAJO

ARTICULO 8. Los trabajadores que prestan sus servicios a La empresa lo harán en las siguientes jornadas:

- ✓ Personal Administrativo en jornada continua de Lunes a Viernes de 8:00 A.M. a 6:00 P.M
- ✓ Personal Operativo en jornada continua, incluidos los días sábados, domingos y festivos en los siguientes turnos:

Turno 1: De 6:00 A.M. A las 2:00 P.M.

Turno 2: De las 2:00 P.M A las 10:00 a.m.

Turno 3: De las 10:00 A.M. A las 6:00 a.m.

## CAPITULO V

### DIAS DE DESCANSO LEGALMENTE OBLIGATORIOS

ARTICULO 14. Días de descanso obligatorio. Serán de descanso obligatorio remunerado, los domingos y días de fiesta que sean reconocidos como tales en nuestra legislación laboral.

PARÁGRAFO PRIMERO: Cuando la jornada de trabajo convenida por las partes, en días u horas, no implique la prestación de servicios en todos los días laborales de la semana, el trabajador oficial tendrá derecho a la remuneración del descanso dominical en proporción al tiempo laborado.

PARÁGRAFO SEGUNDO: La Empresa sólo estará obligada a remunerar el descanso dominical a los trabajadores que le hayan prestado sus servicios durante todos los días hábiles laborables en la semana correspondiente, o que si faltare lo hayan hecho por justa causa comprobada o por disposición de la entidad. Se entiende por justa causa la fuerza mayor o el caso fortuito. No tiene derecho a la remuneración del descanso dominical el trabajador que reciba contraprestación económica por enfermedad o accidente de trabajo, o que no haya trabajado algún día de la semana por haber sido sancionado.

## CAPITULO VI

### VACACIONES

ARTICULO 15. Derecho a las vacaciones. Los trabajadores de La Empresa que hubieren prestado sus servicios durante un (1) año, tienen derecho a quince (15) días hábiles consecutivos de vacaciones remuneradas. Para tal efecto el día sábado no se computará como hábil.

ARTICULO 16. Época. Salvo disposición en contrario, las vacaciones serán concedidas por el Gerente General o de los funcionarios en quienes él delegue tal atribución y serán concedidas oficiosamente o a petición del

interesado, dentro del año siguiente a la fecha en que se cause el derecho a disfrutarlas.

ARTICULO 17. Interrupción de las vacaciones. Cuando ocurra interrupción justificada en el goce de las vacaciones ya iniciadas, el beneficiario tiene derecho a reanudarlas por el tiempo que falte para completar su disfrute y desde la fecha que oportunamente se señale para tal fin.

## CAPITULO X

### NORMAS SOBRE HIGIENE, REGULARIDAD Y SEGURIDAD EN EL TRABAJO.

ARTICULO 48. Prevención de riesgos profesionales. Los funcionarios deberán someterse a todas las medidas de higiene y seguridad industrial que prescriban las autoridades del ramo en general y en particular a las que ordene la entidad para la prevención de las enfermedades y de los riesgos en el manejo de las máquinas y demás elementos de trabajo especialmente para evitar los accidentes de trabajo.

#### **3.9.4. Leyes Laborales**

A continuación se muestra un orden cronológico de las diferentes leyes laborales aplicadas en Ecuador.

- ✓ Código del Trabajo, Adoptada: 1971-06-01, ECU-1971-L-16985.
- ✓ Decreto supremo 38 por el que se reforma el Código de Trabajo, Adopción: 1973-01-18, ECU-1973-L-16031.
- ✓ Código del Trabajo, Adopción: 1978-06-30, ECU-1978-L-26600
- ✓ Ley reformativa del Código del Trabajo, Adopción: 1989-11-13, ECU-1989-L-9530.
- ✓ Ley núm. 90, de 24 de julio de 1990, de régimen de maquila, de contratación laboral a tiempo parcial y de reformas al Código del Trabajo, a la ley de la Corporación Financiera Nacional, a la ley de compañías financieras, a la ley de consultoría, a la ley orgánica de Aduanas, a la ley de

creación del sistema de garantía crediticia y a la ley orgánica del Servicio Exterior, Adopción: 1990-07-24, ECU-1990-L-20002.

- ✓ Ley núm. 133, reformativa al Código del Trabajo, Adopción: 1991-11-13 | ECU-1991-L-26599.
- ✓ Codificación del Código del Trabajo, Adopción: 1997-08-02 | ECU-1997-L-47812.
- ✓ Ley para la transformación económica del Ecuador, Adopción: 2000-02-29, ECU-2000-L-56066.
- ✓ Ley núm. 2003-10 reformativa del artículo 113 del Código de Trabajo, Adopción: 2003-06-26, ECU-2003-L-64499.
- ✓ Ley núm. 2003-13 Reformativa al Código del Trabajo, mediante la cual se establece el procedimiento oral en los juicios laborales, Adopción: 2003-08-05, Fecha de entrada en vigor: 2004-07-0, ECU-2003-L-67898.
- ✓ Ley núm. 2004-29 reformativa de la Ley núm. 2003-13, que establece el procedimiento oral en los juicios laborales, Adopción: 2004-01-16, ECU-2004-L-67895.
- ✓ Ley núm. 2004-43, reformativa del Código del Trabajo, Adopción: 2004-08-11 | ECU-2004-L-68447.
- ✓ Ley núm. 2005-3 reformativa a la Ley mediante la cual se establece el procedimiento oral en los juicios laborales, Adopción: 2005-06-30, ECU-2005-L-71832.
- ✓ Codificación del Código del Trabajo 2005-017, Adopción: 2005-10-18, ECU-2005-L-74469.
- ✓ Ley núm. 2006-40 Reformativa del Código del Trabajo, Adopción: 2006-04-12, ECU-2006-L-74427.
- ✓ Ley orgánica para la defensa de los derechos laborales, Adopción: 2012-07-31, ECU-2012-L-91446.

De forma general las obligaciones laborales que debe cumplir el empleador en Ecuador son las siguientes:

- ✓ Celebrar un contrato de trabajo.
- ✓ Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- ✓ Afiliar a tu trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- ✓ Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra.
- ✓ Sueldo básico que se debe pagar es de 354.00 USD (SBU 2015).
- ✓ Asumir el porcentaje (11,15%) que corresponde al empleador por la seguridad social.
- ✓ Pagar horas extras y suplementarias.
- ✓ Pagar los décimos tercero y cuarto.
- ✓ A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.
- ✓ A pagar una compensación por el salario digno.
- ✓ A pagar utilidades si la empresa tiene beneficios.

Los derechos laborales que posee el trabajador en Ecuador son los siguientes:

- ✓ Afiliación a la Seguridad Social desde el primer día de trabajo. Ver detalle
- ✓ A percibir como mínimo el sueldo básico (354 USD).
- ✓ A percibir horas extras y suplementarias, en el caso que trabajes estas horas.
- ✓ A percibir los décimos tercero y cuarto en las fechas establecidas.
- ✓ A percibir los Fondos de Reserva a partir del segundo año de trabajo.
- ✓ A un periodo de vacaciones laborales remuneradas.
- ✓ A recibir una compensación por el salario digno.



- ✓ A un periodo de licencia por paternidad (nuevo padre).
- ✓ A un periodo de licencia por maternidad (madre).
- ✓ Al subsidio por maternidad para la nueva madre.
- ✓ Solicitar certificados relativos a su trabajo.
- ✓ A recibir un pago por concepto de utilidades.

### **3.9.5. Leyes Tributarias**

El Servicio de Rentas Internas es otro de los aspectos importantes a tener en cuenta para la propuesta realizada en la presente tesis. El Servicio de Rentas Internas es un órgano Estatal que se encarga de controlar la declaración tributaria de todas las personas naturales y jurídicas dentro del país. Como se propone que se realice la gestión del transporte turístico a partir de la constitución de una persona jurídica se adquiere la obligación de llevar contabilidad y a actuar bajo el control de SRI.

Cualquier empresa, cooperativa, institución dedicada a la gestión de un servicio o a la producción de bienes debe registrarse en el Servicio de Rentas Internas (SRI).

Para obtener el Registro Único de Contribuyente (RUC, documento numerado que identifica a las personas jurídicas y naturales prestadoras de servicios y/o agente de retención de impuestos) se debe presentar varios documentos. (SRI. Servicio de Rentas Internas. 2014)

En primer lugar se debe entregar el formulario RUC 01-A, lleno y firmado por el representante legal. A ello se agrega un original o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil. También debe presentarse la Identificación del representante legal, que pueden ser Ecuatorianos (Original y copia de la cedula de identidad y copia del certificado de votación del último proceso electoral), Extranjeros residentes (original y copia de la cedula de identidad.) y Extranjeros no residentes (original y copia del pasaporte con hojas de identificación y tipo de visa 9-10 o 12 vigente).

Además de lo anterior para la inscripción debe entregarse original y copia de la hoja de datos generales del Registro de Sociedades (este es solo para la Superintendencia de Compañías), verificación de la Dirección de Establecimientos donde realiza la actividad económica (se solicita original y copia de planilla de servicio de agua, luz o teléfono actual o del mes anterior, o contrato de arrendamiento con sello del juzgado o inquilinato, o pago del impuesto predial del año en curso o inmediato anterior), y formulario 106 A por el pago de la multa de inscripción tardía si fuera el caso.

En los casos en que se presentan más de 8 socios accionistas, se debe brindar pen drive o disco grabado con el archivo para la carga y en los casos en que el trámite lo hace un tercero, se debe presentar la autorización respectiva firmada por el representante legal con cédula y certificado de votación.

Otra de las obligaciones tributarias que la empresa debe cumplir esta la de emitir comprobantes de venta, llevar registros contables, realizar las declaraciones correspondientes a la empresa y acudir al SRI cuando este lo requiera.

### **3.9.6. Leyes Mercantiles**

El Código de Comercio rige las obligaciones de los comerciantes en sus operaciones mercantiles y los actos de comercio, aunque sean ejecutados por no comerciantes.

El Código de Comercio determina explícitamente los actos y los contratos y las instituciones jurídicas que son su objeto de regulación señalando inicialmente los actos y los contratos que se deben considerar como mercantiles, sin embargo de que en sus apartados incluye otras instituciones agregadas por reformas legales específicas que serán objeto de referencia puntual en esta guía.

El Código de Comercio además de regular los elementos objetivos del derecho mercantil, se refiere específicamente a los subjetivos determinando la capacidad necesaria y los requisitos de la persona que hace del comercio su forma de vida y determina sus obligaciones y derechos, así como los que corresponden a sus

dependientes y contiene instituciones propias de los comerciantes como la suspensión de pagos o la venta de los establecimientos de comercio.

El código de comercio vigente es el registrado mediante Suplemento 1202 del 20 de agosto de 1960, con la última modificación el 26 de Junio del 2012.

### **3.9.7. Licencias y Derechos**

Según la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, para la circulación por las vías habilitadas al tránsito vehicular queda sometida al otorgamiento de una autorización administrativa previa, con el objeto de garantizar la aptitud de los conductores en el manejo de vehículos a motor.

Teniendo en cuenta el Artículo 90 de dicha ley para conducir vehículos a motor, incluida la maquinaria agrícola, se requiere ser mayor de edad, estar en pleno goce de los derechos de ciudadanía y haber obtenido el título de conductor profesional o el certificado de conductor no profesional y la respectiva licencia de conducir.

## CONCLUSIONES

El estudio realizado permitió conocer las principales condiciones en las cuales se creará la empresa que se propone, así como los montos necesarios para su puesta en marcha.

De forma general se concluye que:

Se realizó un estudio teórico relacionado a las definiciones de turismo, gestión y transporte turístico; de tipo legal comprendido en los reglamentos para la constitución de compañías y de tipo económicos comprendidos en el estudio de factibilidad.

Para la inclusión de los y las jóvenes en plazas laborales sin contar con experiencia alguna y/o establecer algún tipo de emprendimiento en favor del transporte turístico y del turismo en todos sus aspectos en el DMQ se debe tener en cuenta la alta tasa de desempleo de la región, que los jóvenes en las edades 18-29 son los más afectados y que los mismos se encuentran en condiciones de emprender negocios y asociarse.

Para la satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros en favor del turismo del DMQ y sus alrededores como eje productor de plazas laborales para la juventud capitalina, se debe establecer una asociación que parta del interés y potencialidades de estos jóvenes, que respete las legislaciones vigentes respecto a la constitución de compañías a la vez que implique la capacitación de estos implicados en temas de guía personalizada en la ciudad Quito.

Para la creación de dicha asociación se requiere un monto total de 260.585,00 USD los cuales serían financiados en un 70% por la Corporación Financiera Nacional y los restantes 78.175,50 USD por lo accionistas de la empresa.

Los ingresos estimados oscilan entre los 1.360.800,00 en el primer año a 1.591.943,50 USD en el quinto, con unos costos previstos de 87.468,38

USD a 75.394,02 USD en el quinto año, trayendo consigo utilidades que van desde los 770.904,68 USD a 924.366,88 USD en el último año analizado.

## **RECOMENDACIONES**

Sobre la propuesta de estudio del costo de transporte turístico al aeropuerto mariscal sucre y su incidencia como eje propulsor de emprendimiento y plazas de trabajo juveniles en el año 2015, se recomienda las siguientes acciones.

Se recomienda que la inversión de un emprendimiento del macro proyecto, debe consistir primero en personas preparadas en el área financiera, administrativa y gerencial, para de esta forma llegar a un buen manejo de los recursos financieros que logren cancelar la deuda programada a dos años plazo, y a su vez generen la rentabilidad planificada.

Se recomienda que las organizaciones que pretenden buscar solo personas adultas para ser responsable de un vehículo, primero analicen la situación del medio y observen si estas personas están capacitadas para continuar con el proyecto fijado, caso contrario dar la oportunidad a la juventud capitalina.

Analizar la competencia y determinar aquellos factores de éxito que ellos presentan en el mercado, tomando como referencia los logros positivos que pueden influir en el desarrollo de la empresa.

Llevar a cabo la implementación del negocio puesto que los resultados muestran la rentabilidad que arroja el mismo durante los 5 años analizados además del impacto social que este genera.

## BIBLIOGRAFÍA

- Agencia de Nacional de Tránsito . (2012). Resoluciones 2012. Quito, Pichincha, Ecuador.
- Arcos, C., & Vásconez, A. (2001). *Estudio sectorial sobre el bachillerato en Ecuador*. Quito: BID.
- Baladrón, A. (2009). *Consumo y publicidad para inmigrantes*. La Coruña: Gesbiblo. S. L.
- Bignet, E., Font, X., & Luisa, A. (2000). *Marketing de destinos turísticos, análisis y estrategias de desarrollo*. Madrid: ESIC Editorial.
- del Teso, L. (2000). *Entrepreneur, entrepreneurship, entrepreneurial: factores clave para la creación de empresas*. Salamanca: Universidad Pontificia de Salamanca.
- Drucker, P. (2002). *Los desafíos de la gerencia en el siglo XXI*. Bogotá: Editorial Norma.
- Fernández, E. (1996). *Innovación, tecnología y alianzas estratégicas*. Madrid: Ed. Cívitas.
- <http://www.turismo.gob.ec>. (9 de enero de 2008). Recuperado el 5 de mayo de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec>: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>
- Kotler, P., & Keller, L. (2006). *Dirección de Marketing*. México: Pearson Educación.
- Leiva, J. C. (2007). *Los emprendedores y la creación de empresas*. Costa Rica: Editorial Tecnológica de Costa Rica.
- Orozco, J., Nuñez, P., & Virgen, C. (2008). *Desarrollo turístico y sustentabilidad social*. Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

- Pérez, J. (1994). *Gestión de la Calidad Empresarial*. Madrid: ESIC Editorial.
- Serra, D. (200). *La logística empresarial en el nuevo milenio*. Barcelona: Ediciones Gestión.
- Swedberg, R. (2003). *Principles of economic sociology*. New Jersey: Princenton Univerty Press.
- Trabajo, O. I. (21 de enero de 2014). <http://www.ilo.org/>. Recuperado el 15 de abril de 2015, de <http://www.ilo.org/>: [http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms\\_234111.pdf](http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/---publ/documents/publication/wcms_234111.pdf)
- Turismo, M. d. (2011). *La experiencia turística en el Ecuador*. . Quito.
- Varela, R. (2000). *Innovación empresarial. Arte y ciencia en la creación de empresas*. Bogota: Pearson Educación de Colombia. LTDA.



# ANEXOS

The screenshot displays the website of the Corporación Financiera Nacional (CFN). The header includes the CFN logo, the Government of Ecuador logo, and a search bar. The navigation menu contains: Inicio, Información Corporativa, Productos y Servicios CFN, Ley de Transparencia, Transparencia y Derechos del Usuario, Canales de Servicios, Contactos, and Noticias.

## Programa de apoyo productivo y financiero

**¿En qué consiste el producto financiero?**  
Financiamiento de pasivos con el sistema financiero público y privado, manteniendo el destino final de la operación (Activo Fijo o Capital de Trabajo).

**¿Cómo se articula con la política pública?**  
Apoyo al desarrollo empresarial.

**Beneficiarios:**  
Personas naturales y jurídicas.

**Sector de productivo al que se dirige:**  
PYME, Productivo Empresarial y Productivo Corporativo.

**Monto mínimo de financiamiento:**  
USD 50.000.

**Monto máximo de financiamiento:**  
Saldo de la deuda que el cliente desee refinanciar.

**Porcentaje de financiamiento (en función al valor total del proyecto):**  
Hasta el 70% para proyectos nuevos y hasta el 100% para proyectos en marcha.

**Tasa de interés:**  
Vigente a la firma del Contrato.

**Periodo de gracia:**  
Hasta 2 años, se determina de acuerdo al flujo del proyecto.

**Operaciones financiables:**  
Financiamiento de pasivos adquiridos con proveedores nacionales.  
Nuevo financiamiento para ampliación operativa:  
• Activo Fijo;  
• Activo Fijo combinado con Capital de Trabajo.  
Para clientes nuevos: El monto del nuevo financiamiento deberá ser de al menos el 30% del monto total de las operaciones refinanciadas y podrá alcanzar el 100% de la inversión necesaria para la ampliación a efectuarse.

**Información de contacto:**  
Oficina Matriz - Guayaquil  
Av. 9 de Octubre 200 y Pichincha  
Telf.: (593) 04 256 0888 / (593) 04 259 1800

**Información de contacto:**  
Oficina Principal - Quito  
Iñaquito 36 A, entre Av. Naciones Unidas y Corea, Edificio Platinum G.  
Telf.: (593) 02 393 5700 / 02 393 5899

Guayaquil Quito Riobamba Cuenca Loja Latacunga Ambato Ibarra Esmeraldas Manta Machala Salinas

[Inicio](#)

**SIMULADOR CRÉDITO**

Tipo Prestamos:

Monto:

Tipo Tabla:  Cuota Fija  
 Capital Fijo

Plazo (días):

Periodicidad:

Los valores presentados son solamente una guía informativa para el cliente, con información aproximada, la cual podría variar al establecerse una operación de crédito definitiva en la cual las tasas de interés se reajustan cada 90 días. El factor de cálculo se lo hará en función a 360 días.

**Tabla de Amortización**

Cuota	Fecha_Pago	Saldo_Capital	Capital	Interes	Valor_Cuota	Tasa_Interes
1	1/15/2016	182,409.50	7,003.61	1,283.75	8,287.36	8.81
2	2/14/2016	175,405.89	7,052.90	1,234.46	8,287.36	8.81
3	3/15/2016	168,352.99	7,102.53	1,184.83	8,287.36	8.81
4	4/14/2016	161,250.46	7,152.52	1,134.84	8,287.36	8.81
5	5/14/2016	154,097.94	7,202.86	1,084.50	8,287.36	8.81
6	6/13/2016	146,895.08	7,253.55	1,033.81	8,287.36	8.81
7	7/13/2016	139,641.53	7,304.60	982.76	8,287.36	8.81
8	8/12/2016	132,336.93	7,356.01	931.35	8,287.36	8.81
9	9/11/2016	124,980.92	7,407.78	879.58	8,287.36	8.81
10	10/11/2016	117,573.14	7,459.91	827.45	8,287.36	8.81
11	11/10/2016	110,113.23	7,512.41	774.95	8,287.36	8.81
12	12/10/2016	102,600.82	7,565.28	722.08	8,287.36	8.81
13	1/9/2017	95,035.54	7,618.52	668.84	8,287.36	8.81
14	2/8/2017	87,417.02	7,672.14	615.22	8,287.36	8.81
15	3/10/2017	79,744.88	7,726.14	561.22	8,287.36	8.81
16	4/9/2017	72,018.74	7,780.51	506.85	8,287.36	8.81
17	5/9/2017	64,238.23	7,835.27	452.09	8,287.36	8.81
18	6/8/2017	56,402.96	7,890.41	396.95	8,287.36	8.81
19	7/8/2017	48,512.55	7,945.94	341.42	8,287.36	8.81
20	8/7/2017	40,566.61	8,001.86	285.50	8,287.36	8.81
21	9/6/2017	32,564.75	8,058.18	229.18	8,287.36	8.81
22	10/6/2017	24,506.57	8,114.89	172.47	8,287.36	8.81
23	11/5/2017	16,391.68	8,172.00	115.36	8,287.36	8.81
24	12/5/2017	8,219.68	8,219.68	57.85	8,277.53	8.81
TOTAL:			182,409.50	16,477.31	198,886.81	