



# UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA

*Área Jurídica Social y Administrativa*

## **CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

### **TEMA:**

**“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN LA PARROQUIA CATACOCHA CANTÓN PALTAS”**

*TESIS DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA*

### **AUTORA:**

MAGALY ELIZABETH TANDAZO CALLE

### **DIRECTOR DE TESIS:**

ING. RODRIGO CULCAY GUERRÓN

Loja – Ecuador

2012

## **INFORME DIRECTOR DE TESIS**

### **INFORMA:**

Haber dirigido y revisado el trabajo de investigación titulado” PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN LA PARROQUIA CATACOCCHA CANTÓN PALTAS” el mismo que cumple con todos los requisitos que exige la Universidad previo a la obtención de título de Ingeniera en Administración Turística, por lo tanto autorizo su presentación.

Ing. Rodrigo Culcay  
**DIRECTOR DE TESIS**

## **AUTORÍA**

Los contenidos expuestos en este proyecto; proceso investigativo, estudio estadístico conclusiones y recomendaciones planteadas en este trabajo, son de exclusiva responsabilidad de la autora.

Magaly Elizabeth Tandazo Calle

## **DEDICATORIA**

Dedico el presente trabajo investigativo a mis familiares amigas y compañeras, que han compartido todo este trayecto conmigo y en especial a mi hija, quienes con demostraciones de cariño y comprensión, han hecho posible que culminemos los estudios universitarios y se alcance la meta propuesta. También dedicamos el estudio, a directivos, docentes y alumnos de los establecimientos educativos del Cantón Paltas que colaboraron desinteresadamente en el desarrollo del mismo, así mismo agradezco a los empleados del Gobierno Autónomo del cantón Paltas, por su colaboración.

## **LA AUTORA**

## **AGRADECIMIENTO**

Dejo constancia de mi eterno agradecimiento a la Universidad Nacional de Loja, a sus docentes que en forma generosa y desinteresada supieron brindar sus sabias enseñanzas, particularmente al Ingeniero Rodrigo Culcay. Director de tesis, bajo cuyas orientaciones y sugerencias se desarrolló el presente estudio.

**LA AUTORA**

## ÍNDICE DE CONTENIDO

PORTADA	i
INFORME DEL DIRECTOR DE TESIS	ii
AUTORÍA	iii
DEDICATORIA	iv
AGRADECIMIENTO	v
ÍNDICE	vi
INDICE DE CUADROS	xii
INDICE DE FIGURAS	xv
INDICE DE DOCUMENTOS	xvii
RESUMEN	xviii
SUMMARY	xx
1. INTRODUCCIÓN	1
2. REVISIÓN DE LITERATURA	8
2.1 MARCO CONCEPTUAL	8
2.1.1 Agencias de viajes	8
2.1.2 Clasificación	8
2.1.2.1 Agencia de viajes Mayorista	9
2.1.2.2 Agencia de viajes Internacionales	9
2.1.2.3 Agencia de Viajes Operadoras	9
2.1.2.3.1 Creación de una agencia de viajes	11
2.1.3 Factibilidad	14
2.1.4 Definición de proyecto	15
2.1.5 Definición de inversión	15
2.1.6 Definición de Proyecto de inversión	15
2.1.6.1 Estudio de Mercado	16
2.1.6.1.1 Oferta	16
2.1.6.1.2 Demanda	16

2.1.6.2	Estudio Técnico	17
2.1.6.3	Estudio Legal Administrativo	18
2.1.6.3.1	Organigramas	18
2.1.6.4	Estudio Económico Financiero	18
2.1.6.4.1	Plan de inversión	19
2.1.6.4.2	Costos de producción	20
2.1.6.4.3	Gastos administrativos	20
2.1.6.4.4	Depreciación	20
2.1.6.4.5	Financiamiento	20
2.1.6.4.6	Amortización	20
2.1.6.4.7	Valor actual neto	21
2.1.6.4.8	Tasa interna de retorno	21
2.1.6.4.9	Relación beneficio / costo	21
2.1.6.4.10	Estado de pérdidas y ganancias	21
2.1.6.4.11	Punto de equilibrio	21
2.1.6.4.12	Sensibilidad	22
2.1.6.4.13	Periodo de recuperación de capital	22
2.1.7	Análisis FODA	22
2.1.8	Análisis PORTER	22
2.2	MARCO REFERENCIAL	24
2.2.1	Cantón Paltas	24
2.2.1.1	Geografía de Paltas	24
2.2.1.2	Historia del cantón Paltas	24
2.2.1.3	Patrimonio Cultural del Ecuador	25
2.2.1.4	Aspectos Naturales	25
2.2.1.5	Aspectos Culturales	25
2.2.1.6	Aspectos Arquitectónicos	26
2.2.1.7	Lugares turísticos de Paltas	26
2.2.1.8	Flora y Fauna de Paltas	27
2.2.1.9	El comercio en Paltas	27
2.2.2	Lugares Turísticos de Catacocha	28
2.2.3	Lugares Turísticos de Cuenca	32
2.2.4	Lugares turísticos de Machala	33
2.2.5	Lugares turísticos de Zamora Chinchipe	35

3. MATERIALES Y MÉTODOS	38
3.1 Materiales	38
3.2 Métodos	39
4. RESULTADOS	46
4.1 AnálisisPORTER	46
4.1.1 Poder de negociación de los compradores o clientes	46
4.1.2 Poder de negociación de los proveedores	46
4.1.3 La amenaza de nuevos competidores	49
4.1.4 Amenaza de productos sustitutos	49
4.1.5 El grado de rivalidad existente entre los competidores actuales	49
4.2 INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS	50
4.2.1 Interpretación de encuestas a los estudiantes de bachillerato de los colegios del Cantón Paltas.	50
4.2.2 Interpretación de encuestas a los docentes de las instituciones públicas y privadas del cantón Paltas.	53
5. DISCUSIÓN	57
5.1 Estudio de Mercado	57
5.1.1 La oferta	57
5.1.2 La demanda	58
5.1.2.1 Demanda Potencial	59
5.1.2.2 Demanda Real	60
5.1.2.3 Demanda Insatisfecha	60
5.2 Plan de Marketing	61
5.2.1 Componentes del Plan de Marketing	61
5.2.1.1 Producto	62
5.2.1.2 Precio	74
5.2.1.3 Plaza	75



5.2.1.4 Promoción	76
5.3 Análisis Técnico	77
5.3.1 Macrolocalización	77
5.3.2 Microlocalización	79
5.3.3 Ingeniería del Proyecto	80
5.3.3.1 Diseño arquitectónico de la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.	80
5.3.3.2 Implementación	81
5.3.3.3 Decoración exterior e interior	83
5.3.3.4 Flujo de procesos	83
5.4 Estudio Operativo	86
5.4.1 Staff Administrativo	86
5.4.2 Planta Operativa	86
5.5 Tamaño del Proyecto para Paquetes Turístico	87
5.5.1 Costeo de Obra	88
5.5.1.1 Costes para paquetes turísticos	88
5.5.1.2 Costes para la oficina	89
5.5.1.3 Activos Fijos	89
5.6 Análisis Legal	89
5.6.1 Compañía Limitada	89
5.6.2 Elaboración de una minuta	89
5.6.3 Registro Mercantil	90
5.6.4 Registro en el I.E.P.I	91
5.6.5 Permisos	92
5.7 Análisis Administrativo	100
5.7.1 Organigramas	100
5.7.1.1 Organigrama Estructural	100

5.7.1.2 Organigrama Funcional	100
5.7.2 Manual de Funciones	101
5.7.2.1 Manual de funciones del Gerente de la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.	102
5.7.2.2 Manual de funciones del Guía de la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.	103
5.7.2.3 Manual de funciones del Counter de la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.	104
5.7.3 Rol de pagos durante la vida útil del proyecto	105
5.7.4 Plan Estratégico	107
5.7.5 Análisis FODA	108
5.7.5.1 Matriz de Alto Impacto	109
5.7.5.2 Objetivos estratégicos	109
5.7.6 Plan de acción	110
5.7.6.1 Objetivo Estratégico	110
5.7.6.2 Programas	110
5.7.6.3 Proyectos	110
5.8 Análisis Económico	113
5.8.1 Plan de Inversión	113
5.8.1.1 Activos Fijos	114
5.8.1.2 Activos Diferidos	114
5.8.1.3 Capital de trabajo	115
5.8.1.4 Costos de Producción para paquetes turísticos	115
5.8.1.5 Gastos Generales	117
5.8.1.6 Gastos de Operación	118
5.8.1.7 Plan de Producción	119
5.8.1.8 Costos de Producción Totales	122
5.9 Análisis Financiero	123

5.9.1	Financiamiento	123
5.9.2	Cash Flow o Flujo de Caja	126
5.9.3	Valor Actual Neto (VAN)	128
5.9.4	Tasa Interna de Retorno (TIR)	129
5.9.5	Relación Beneficio Costo (RBC)	129
5.9.6	Estado de Pérdidas y Ganancias (PYG)	130
5.9.7	Punto de Equilibrio	132
5.9.7.1	Punto de Equilibrio en Ventas	132
5.9.7.2	Punto de Equilibrio en Capacidades	133
5.9.8	Sensibilidad	133
5.9.8.1	Sensibilidad en los Ingresos	133
5.9.8.2	Sensibilidad en los Costos	135
5.9.9	Periodo de Recuperación de Capital	136
5.10	Cumplimiento del tercer Objetivo del Proyecto	137
6.	CONCLUSIONES	140
7.	RECOMENDACIONES	143
8.	BIBLIOGRAFÍA	145
9.	ANEXOS	147

## ÍNDICE DE CUADROS

<b>Cuadro1</b>	Cuadro segmento de mercado	42
<b>Cuadro2</b>	Cuadro de proyecciones de la demanda	61
<b>Cuadro3</b>	Presupuesto de paquete a Catacocha	65
<b>Cuadro4</b>	Tabla de costos de tour a Machala	68
<b>Cuadro5</b>	Tabla de costos de tour a Cuenca	71
<b>Cuadro6</b>	Tabla de costos de tour a Zamora Ch.	74
<b>Cuadro7</b>	Tabla de precios para productos	75
<b>Cuadro8</b>	Publicidad	76
<b>Cuadro9</b>	Cuadro de distancias	77
<b>Cuadro10</b>	Cuadro de distancia Loja hacia los cantones	78
<b>Cuadro11</b>	Readecuaciones para la oficina	81
<b>Cuadro12</b>	Equipos de cómputo	82
<b>Cuadro13</b>	Muebles y enseres	83
<b>Cuadro14</b>	Servicios complementarios	83
<b>Cuadro15</b>	Artículos decorativos	83
<b>Cuadro16</b>	Capacidad de venta de productos	88
<b>Cuadro17</b>	Costos materia prima	88
<b>Cuadro18</b>	Costos materia prima	89
<b>Cuadro19</b>	Manual de funciones del Gerente	102
<b>Cuadro20</b>	Manual de funciones del guía turístico	103
<b>Cuadro21</b>	Manual de funciones del counter	104
<b>Cuadro22</b>	Rol de pagos 2012	105
<b>Cuadro23</b>	Rol de pagos 2013	105
<b>Cuadro24</b>	Rol de pagos 2014	106
<b>Cuadro25</b>	Rol de pagos 2015	106
<b>Cuadro26</b>	Rol de pagos 2016	106

<b>Cuadro27</b>	Proyección de rol de pagos al 2021	107
<b>Cuadro28</b>	Plan de inversión	113
<b>Cuadro29</b>	Valor del proyecto	114
<b>Cuadro30</b>	Constitución Legal	115
<b>Cuadro31</b>	Servicios profesionales	115
<b>Cuadro32</b>	Suministros de oficina	116
<b>Cuadro 33</b>	Costos de compra a la mayorista	116
<b>Cuadro 34</b>	Costos de materia prima para elaboración de paquetes	116
<b>Cuadro 35</b>	Mantenimiento	116
<b>Cuadro 36</b>	Sueldo mano de obra directa	117
<b>Cuadro 37</b>	Artículos de limpieza	117
<b>Cuadro 38</b>	Servicios básicos	117
<b>Cuadro 39</b>	Tabla de depreciaciones	117
<b>Cuadro 40</b>	Publicidad	118
<b>Cuadro 41</b>	Sueldo administrativo	119
<b>Cuadro 42</b>	Tabla de ingresos a la costa	119
<b>Cuadro 43</b>	Tabla de ingresos a la sierra	120
<b>Cuadro 44</b>	Tabla de ingresos a la amazonía	120
<b>Cuadro 45</b>	Tabla de ingreso a Catacocha	121
<b>Cuadro 46</b>	Proyección de costos Totales	122
<b>Cuadro 47</b>	Financiamiento	123
<b>Cuadro 48</b>	Amortizaciones	123
<b>Cuadro 49</b>	Cash Flow o Flujo de caja	127
<b>Cuadro 50</b>	Valor actual neto	128
<b>Cuadro 51</b>	Tasa interna de retorno	129
<b>Cuadro 52</b>	Relación beneficio - costo	130
<b>Cuadro 53</b>	Estado de pérdidas y ganancias	131

<b>Cuadro 54</b>	Punto de equilibrio en ventas	132
<b>Cuadro 55</b>	Punto de equilibrio en capacidades	133
<b>Cuadro 56</b>	Sensibilidad en los ingresos	134
<b>Cuadro 57</b>	Sensibilidad en los costos	135
<b>Cuadro 58</b>	Periodo de recuperación de capital	136

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> Modelo de las 5 fuerzas PORTER	46
<b>Figura 2</b> Logo y nombre de la empresa	62
<b>Figura 3</b> Canales de distribución	75
<b>Figura 4</b> Macrolocalización	78
<b>Figura 5</b> Microlocalización	79
<b>Figura 6</b> Diseño arquitectónico de la oficina	80
<b>Figura 7</b> Flujo de proceso de venta de productos	84
<b>Figura 8</b> Flujo de proceso para creación de paquetes turísticos	85
<b>Figura 9</b> Organigrama estructural	100
<b>Figura 10</b> Organigrama Funcional	101
<b>Figura 11</b> Tríptico de publicidad de la empresa	112
<b>Figura 12</b> Cumplimiento del tercer objetivo	137
<b>Figura 13</b> Monumento al Cóndor	162
<b>Figura 14</b> Monumento al Indio Paltas	162
<b>Figura 15</b> Monumento a la madre	162
<b>Figura 16</b> Monumento a Monseñor Jorge Guillermo V.	162
<b>Figura 17</b> Obelisco 3 de diciembre	163
<b>Figura 18</b> Monumento al Indio Paltas	163
<b>Figura 19</b> Iglesia Matriz	163
<b>Figura 20</b> Iglesia Lourdes	163
<b>Figura 21</b> Museo Joaquín Liébana Calle	163
<b>Figura 22</b> Balcón Paltense	163
<b>Figura 23</b> Iglesia San Blas	164
<b>Figura 24</b> Río Yanuncay	164
<b>Figura 25</b> Casa Colonial de Cuenca	164
<b>Figura 26</b> Parque Arqueológico de Pumapungo	164

<b>Figura 27</b> El Barranco	164
<b>Figura 28</b> Gualaceo	164
<b>Figura 29</b> Mirador El Turi	164
<b>Figura 30</b> Chordeleg	165
<b>Figura 31</b> Las Tres Lagunas	165
<b>Figura 32</b> Mina Turística El Sexmo	165
<b>Figura 33</b> Museo Mineralógico Magner Turner	165
<b>Figura 34</b> Arquitectura de Zaruma	165
<b>Figura 35</b> Delfín nariz de Botella	165
<b>Figura 36</b> Laberinto mil Ilusiones	166
<b>Figura 37</b> Encañonado de Miazí	166
<b>Figura 38</b> Reloj Gigante	166
<b>Figura 39</b> Tzanka	166
<b>Figura 40</b> Chicana	166
<b>Figura 41</b> Solicitud de búsqueda fonética	167
<b>Figura 42</b> Registro único de contribuyentes	168
<b>Figura 43</b> Formato único de signos distintivos	169
<b>Figura 44</b> Especie valorada de patente municipal	170
<b>Figura 45</b> Permiso ambiental	171
<b>Figura 46</b> Solicitud de registro para agencia de viajes	172
<b>Figura 47</b> Certificado emitido por las autoridades del cantón Paltas	173



## **ÍNDICE DE DOCUMENTOS**

<b>Documento 1</b> Formato de la escritura	174
<b>Documento 2</b> Formato de certificación	182
<b>Documento 3</b> Formato de nombramiento del representante legal	184

## **RESUMEN**

CatayTravel Operadora de Turismo, es una empresa de la Parroquia Catacocha Cantón Paltas, que planifica, coordina, ejecuta y evalúa programas de turismo especializado, la cual ha sido estudiada con atención desde distintos enfoques.

Por esta razón se ha creído conveniente ofrecer una de las alternativas de inversión, como es el “PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN LA PARROQUIA CATACOCHA CANTÓN PALTAS”, que ayudará a mejorar la economía del sector, a través de la venta de paquetes turísticos con los atractivos turísticos existentes a todos quienes la visiten.

El presente estudio permitió establecer, la importancia que muestra para todo el sector la implementación de una operadora de turismo, donde será el área de influencia para la venta de paquetes turísticos.

La metodología empleada en el proyecto comprende todo lo correspondiente a métodos y técnicas de estudio, revisión de literatura, entre otras, siendo uno de los más importantes los fundamentos para la distribución de la muestra a fin de aplicar una encuesta, la misma que mediante sus respuestas se determine claramente los elementos que inciden en la toma de decisiones.

Como resultado de las recomendaciones se determina que los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja tomen como base de apoyo la investigación tratando de mejorar y actualizar sus datos debido al crecimiento del turismo en el Ecuador, de la misma manera todas las entidades del cantón Paltas en ayuda con los habitantes deben poner atención en el cuidado de los atractivos que este lugar posee para de esta manera conseguir reconocimiento y que más turistas conozcan el lugar.

Como resultado de las conclusiones se prescribe que este proyecto es rentable y que se puede poner en marcha en cualquier momento, el mismo que se puede garantizar en el análisis de la evaluación financiera.

En el análisis y exposición de resultados se cuenta con las siguientes etapas: estudio de mercado, estudio técnico, inversión y financiamiento, costos de ingresos, evaluación financiera y la estructura organizacional de la empresa.

De acuerdo al estudio de mercado, la empresa determino la oferta, la demanda, el análisis de precio y la comercialización de los paquetes de turismo. De igual forma se ha elaborado un acabado análisis de Marketing, con resultados satisfactorios en relación a la potencial demanda nacional, provincial y local del cantón Paltas.

Las cifras muestran que la mayoría de los encuestados, en los estudiantes de bachillerato de los colegios del Cantón Paltas, están de acuerdo con la implementación de una Operadora de Turismo en vista que el 36,74%

realizan viajes de turismo una vez por año; en cambio en los docentes de las instituciones educativas si pueden hacerlo más de una vez debido a que cuentan con ingresos económicos que les permite acceder a los productos y servicios, de igual forma para los dos segmentos se requiere aplicar la focalización, que permitirá mejorar las acciones de este segmento de mercado, por cuanto su nivel económico les permitirá en algún momento financiar las compras de paquetes turísticos.

El estudio técnico del proyecto ha evaluado los equipos necesarios a utilizar en diferentes actividades de turismo como variados paquetes turísticos a nivel local y nacional, así como la localización del proyecto que se evaluó de acuerdo a la macrolocalización y microlocalización, que estará ubicado en la Provincia de Loja, en el barrio El Progreso perteneciente a la parroquia Catacocha, este lugar está muy cerca al atractivo principal que es el Shyriculapo.

La constitución legal de esta empresa se determinó como una empresa grupal de responsabilidad limitada, explicando los pasos de necesarios para constituir, las características, beneficios y otros.

La inversión y financiamiento estimado para poner en marcha el proyecto es de \$ 20.281,87 dólares, y la forma como se va a financiar es a través de dos partes: la primera es por medio de la aportación que será financiada con el 30% por accionistas con el monto de \$ 2028,19 dólares y el 70% será financiado mediante un crédito que se obtendrá de la de la banca privada como es de la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP por el monto de \$ 14.197,31 dólares, con un tasa del 11.20%, las cuotas en las que se realizará el pago son mensuales, dando un total de 120 cuotas que se cancelarán durante 10 años.

Los costos para la producción del primer año ascienden a \$ 14981.82 dólares frente a los ingresos por ventas que alcanzan la suma de \$ 21.991.41 dólares, generando esta una ganancia desde el primer año de \$ 7009.59 dólares.

La evaluación del proyecto sirve para medir la rentabilidad del proyecto utilizando parámetros de medición como son: Valor Actual Neto positivo que es \$ 7.128,50; una Tasa Interna de Retorno, que es mayor a la tasa de interés del capital (21.92%); la Relación Beneficio – Costo es de 0,30 centavos de dólar; en el periodo de recuperación de capital se recuperara el capital invertido en 7 años con 8 meses y 27 días; dentro del análisis de sensibilidad, no es sensible en la disminución de ingresos (0.05) ni en el incremento de los costos(-0.20). Por último se incluye la organización administrativa, conclusiones y recomendaciones de la investigación.

Se concluye la factibilidad de este estudio, asegurando que el mismo pueda tener la posibilidad a que los inversionistas emprendan o construyan un escenario atractivo de rentabilidad en la creación de la empresa.

## SUMMARY

CatayTravel Tour Operator is a company of Parish Canton Catacocha Avocados, which plans, coordinates, implements and evaluates programs of specialized tourism, which has been carefully studied from different approaches.

For this reason it has seen fit to offer one of the investment alternatives, such as the "PROJECT FEASIBILITY FOR THE IMPLEMENTATION OF AN OPERATOR OF TOURISM IN THE PARISH Catacocha CANTON AVOCADO" which will help improve the economy of the sector, through the sale of package tours to the tourist attractions available to all who visit.

This study established the importance for the entire sector shows the implementation of a tour operator, which is the area of influence for the sale of package tours.

The methodology used in the project includes all methods and techniques for the study, literature review, among others, being one of the most important basis for the distribution of the sample in order to implement a survey, the same as through its responses clearly identified the elements that affect decision-making.

As a result of the recommendations is determined that students at the National University of Loja taken as a base of support the research trying to improve and update their data due to the growth of tourism in Ecuador, in the same way all entities in the canton Avocados help residents must pay attention to the care of the attractions that this place has to get recognition in this way and that more tourists to know the place.

As a result of the findings requires that this project is profitable and can start at any time, it can be ensured in the analysis of the financial evaluation. In the analysis and presentation of results has the following stages: market research, technical study, investment and financing costs, income, financial evaluation and organizational structure of the company. According to market research, the company determine the supply, demand, price analysis and marketing of tour packages. Likewise has developed a thorough analysis of marketing, with satisfactory results regarding the potential domestic demand, provincial and local avocados canton. The figures show that most respondents in the high school students in the schools of the Canton Avocados, agree with the implementation of a Tour Operator in mind that the 36.74% of tourism trips made once a year; instead on teachers of educational institutions if they can do more than once because they have income that allows them access to products and services, just as for the two segments are required to apply focus, which will improve shares of this market segment, because they allow their economic status sometime finance purchases of travel packages.

The technical study of the project has evaluated the necessary equipment to use in different tourism activities as varied tour packages to local and

national level and the location of the project is evaluated according to the Macro Trace and microlocalization, to be located in the Province of Loja, in the neighborhood of El Progreso Catacocha belonging to the parish, this place is very close to the main attraction is the Shyriculapo. The legal establishment of this company was established as a limited liability company group, explaining the steps necessary for providing the features, benefits and others.

The estimated investment and financing to implement the project is \$ 20,281.87 U.S. dollars, and how it is to be financed through two parts: the first is through the contribution will be funded 30% by shareholders with the amount of \$ 2028.19 U.S. dollars and 70% will be financed through a loan to be obtained from private banks as the Savings and Credit Cooperative JEP in the amount of \$ 14,197.31 dollars, with a rate of 11.20%, shares in which payment will be made monthly, for a total of 120 shares will be canceled for 10 years.

The costs for producing the first year amounted to \$ 14,981.82 dollars off the sales revenue reaching the sum of \$ 21,991.41 dollars, generating a profit from this first year of \$ 7009.59 dollars.

The project evaluation used to measure the profitability of the project using metrics such as: positive Net Present Value is \$ 7,128.50, an Internal Rate of Return, which is higher than the rate of interest on capital (21.92%); the Benefit - Cost is 0.30 cents, in the capital payback period to recover the capital invested in 7 years, 8 months and 27 days in the sensitivity analysis is not sensitive to the loss of income (0.05) or the increased costs (-0.20). Finally it includes the administrative, conclusions and recommendations of the investigation.

We conclude the feasibility study, ensuring that it can be allowed to undertake or investors build an attractive scenario for profitability in the creation of the company.

## 1. INTRODUCCIÓN

Los proyectos de inversión buscan aprovechar los recursos humanos, materiales y tecnológicos para mejorar el estilo de vida de la comunidad, están formados por una serie de estudios que permiten tener una idea de si son viables y que son efectivos para generar ganancias.

Hoy en día en Ecuador, el gobierno de turno está dando apertura a emprendedores con proyectos de inversión que ayude al país a generar empleo, equidad regional y una productividad sistémica, es por tal razón que se ha elegido una operadora de turismo como proyecto de inversión, en vista que el turismo en nuestro país como en otros países está en auge y es prometedor para la rentabilidad tanto de los inversionistas como para el lugar en donde se lo ejecute.

Un operador de turismo se define como Agencia mayorista-minorista intermediaria entre los establecimientos turísticos y las agencias mayoristas y además ofrece servicios a clientes directamente.

Por tanto, es esta la empresa que se ha decidido crear, con la finalidad de aprovechar los recursos existentes tratando de generar un concepto global de servicios de turismo, es decir un viaje organizado que abarque el traslado, alojamiento, alimentación, actividades recreativas, enseñar a disfrutar de la naturaleza, entre otras; cuidándola de tal manera que este negocio se desarrolle sustentablemente y crecer con el espíritu de preservar lo nuestro, la naturaleza, la familia, en resumen, mostrar al País y el mundo la belleza natural y cultural del Cantón Paltas Provincia de Loja.

Por ello el presente trabajo de investigación nace como iniciativa de la autora con la finalidad de poder contribuir al desarrollo económico y social del país, fomentando la producción y creando fuentes de empleo, cuyo tema es "PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN LA PARROQUIA CATACOCHA CANTÓN PALTAS", el cual surgió del problema fuente: "LA NECESIDAD DE

MEJORAR LA ECONOMÍA A TRAVÉS DE LA VENTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS A LOS VISITANTES” , cabe mencionar que se pondrá mayor énfasis en la creación de paquetes turísticos con los atractivos existentes en la parroquia Catacocha y Lourdes del cantón Paltas.

En cuanto a los alcances, este proyecto se elaboró con la finalidad de brindar y promover el turismo en la Parroquia Catacocha, ya que es una empresa que tiene aceptación en el mercado demostrado en el porcentaje de las encuestas, al momento de su ejecución generará fuentes de empleo y el beneficio que brindará la empresa.

Desde lo económico el siguiente trabajo se lo justifica, en los ingresos que la empresa aportará para el ejecutor del proyecto, por otro lado es importante saber que se verán beneficiados otras empresas como transporte, restaurants, tiendas de ropa, abarrotes, gasolineras y lo más importante es la ordenanza que la empresa realiza al momento de crear rutas turísticas y ofrecer guianza al turista.

Desde el punto de vista social la empresa ayudará a la población, mediante la difusión que realizará de los productos turísticos apreciando sus valores patrimoniales, naturales y culturales vinculándose con el desarrollo y cuidado de los mismos.

“Elaborar una propuesta de factibilidad para la implementación de una operadora de turismo en la parroquia Catacocha cantón Paltas de la provincia de Loja, que aporte a la difusión y venta de los atractivos turísticos del mismo”. Se utilizó la siguiente metodología:

En el estudio de mercado se realizó en primer lugar la ejecución de las encuestas, de acuerdo a la muestra establecida fueron 331; las mismas que fueron distribuidas a los estudiantes de colegio del cantón Paltas del nivel de bachillerato; empleados de entidades públicas y privadas, lo cual es el mercado objetivo para realizar el proyecto de factibilidad, por medio de la realización de los siguientes estudios: de mercado, con este estudio se

determina la demanda y oferta existentes, además se establecerá la respectiva estrategia comercial, para lo cual se tomará en cuenta las cinco "P" (precio, plaza, producto, promoción) con el apoyo de la técnica de la encuesta se obtiene información de ayuda para el proceso del estudio de mercado y de los siguientes estudios.

El estudio técnico se lo realizó consecutivamente al estudio de mercado y se fundamentó en los datos que dicho análisis arrojó, aquí se estableció el ámbito del proyecto y los alcances del mismo; para ello se precisó determinar el tamaño o capacidad requerida con motivo del producto, así como también la viabilidad de localización del proyecto en función de la demanda establecida, los factores económicos y de comportamiento empresarial detectado.

En cuanto al estudio administrativo y legal, se realizó la estructura orgánica funcional que requiere el proyecto así como la determinación de responsabilidades de cada uno de los integrantes de la empresa basándose en la misión y visión con el fin de elaborar organigramas y manuales. Así mismo se recabó información del Ministerio de Turismo, Municipio, Itur, Bomberos, SRI, Superintendencia de Compañías con la finalidad de obtener requisitos para permisos y funcionamiento de la empresa.

En el análisis financiero se utilizó básicamente dos procedimientos: el estudio económico, lo cual fue de utilidad cada una de las explicaciones y pasos a seguir de parte del director de tesis, y se ocupó el programa Microsoft Excel; y el de la evaluación, se inició esta parte del trabajo definiendo las condiciones de inversión y financiamiento para implementación de la operadora de turismo, como aporte a la difusión y venta de los atractivos turísticos del mismo, temática lo cual permite tener una idea o aproximación de cuál será el estado de pérdida y de ganancia que determinará la rentabilidad del proyecto.

Las Técnicas de evaluación financieras: Consecuentemente para determinar la rentabilidad y productividad de los recursos utilizados en el proyecto. Se



utilizaron el Flujo de caja, el V.A.N; la T.I.R; el Análisis de Sensibilidad; Punto de Equilibrio; Periodos de recuperación del capital y Relación Beneficio – Costo, todo esto para determinar la factibilidad del proyecto.

Para el desarrollo del objetivo general, se plantearon tres objetivos específicos; dentro del primer objetivo específico fue el de: “Realizar un diagnóstico situacional del entorno interno y externo, para establecer una línea base de la información establecida”.

Para cumplir el primer objetivo específico, el análisis se hizo a través de la técnica de la encuesta para la obtención de información con respecto a la perspectiva que tiene el sector en cuanto al ingreso de una operadora de turismo en el lugar, propiamente dicho con énfasis en la oportunidad de ingreso, estabilidad, competitividad y desarrollo exitoso de la misma.

Se aplicaron los diagnósticos: FODA, mediante el cual permitió conocer las necesidades y prioridades que cuenta la población de la parroquia Catacocha, información que es de suma ayuda al momento de determinar en qué aspecto afecta o beneficia a la empresa, esto se logra a través de la información primaria que se obtuvo de los mismos, así como también el diagnóstico de las 5 fuerzas PORTER, esto se lo consiguió con la información obtenida de los diferentes establecimientos educativos de nivel de bachillerato del cantón Paltas, así mismo se realizaron las respectivas visitas al lugar para obtener información de los habitantes y lugares específicos (hoteles, restaurants, etc.) y necesarios para la elaboración y desarrollo del análisis.

En el segundo objetivo específico se hace hincapié en “Establecer un circuito turístico de los atractivos turísticos en la parroquia Catacocha con la finalidad de llamar la atención a nuestros potenciales compradores”; por lo tanto se presentó una variedad de atractivos turísticos a nivel local y nacional, accesibles y de alcance económico para los clientes que requieran comprar los paquetes turísticos. Todo esto genera en los competidores potenciales a que quieran ingresar a competir en empresas de turismo, la existencia de

nuevos siempre será una amenaza para el sector turístico, en el sentido de que la irrupción de nuevos competidores intensificará la competencia actual y reducirá, por tanto, el atractivo de la empresa turística.

En el tercer objetivo “Exponer los resultados a lograr con la implementación de la operadora de turismo a las autoridades vinculadas con el proyecto para de esta manera dar a conocer el aporte como profesionales de la Universidad Nacional de Loja”. Luego de haber realizado una serie de estudios e investigaciones a lo largo de los seis meses, desde la fecha de inicio del taller de apoyo a la tesis, con esfuerzo y dedicación se llegó la culminación de la misma para de esta manera cumplir el tercer objetivo. Primeramente se hizo revisar el trabajo investigativo para su aprobación, consecuentemente a esto se envió invitaciones a las autoridades de la Universidad, que de alguna manera se han involucrado en el desarrollo del proyecto, como el Coordinador de la carrera de Turismo, Director de Tesis, Vicealcalde del Cantón Paltas, departamento de Promoción Popular y Jefe del Departamento del Plan de Desarrollo del Gobierno Local del Cantón Paltas, con la finalidad de realizar la exposición de los resultados.

A la culminación de la exposición se aceptó recomendaciones por parte de las autoridades quienes supieron manifestar que la empresa será de gran ayuda al momento de promoción y venta de los atractivos turísticos de Catacocha y por ende estarán gustosos de brindar su ayuda a este proyecto. En cuanto a las limitaciones la falta de información en cuanto a turismo en la parroquia Catacocha dificultó la investigación, por otro lado durante el transcurso de la investigación desarrollada se evidenció el poco interés que se tiene por conservar como parte del Patrimonio Cultural que posee esta parroquia, por esta razón se recomienda a toda la comunidad no solo del cantón Paltas sino de la Provincia en general que contribuya al cuidado de los atractivos turísticos, logrando que ellos mismos se promocionen y tengan gran aceptación en el mercado.

Finalmente se espera con este trabajo investigativo sirva como fuente de información y que los futuros proyectos se actualicen y amplíen la información relacionada con el tema.

# **REVISIÓN DE LITERATURA**

### **3. REVISIÓN DE LITERATURA**

#### **3.1 MARCO CONCEPTUAL**

##### **3.1.1 Agencias de viajes**

Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros<sup>1</sup>.

El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal aquí establecido.

##### **3.1.2 Clasificación**

Las agencias de viajes, en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican:<sup>2</sup>

- a. Mayoristas;
- b. Internacionales; y,
- c. Operadoras.

---

<sup>1</sup>GONZÁLEZ CEBREROS, M<sup>a</sup> Á. (1997). *"Fundamentos Teóricos y Gestión Práctica de las Agencias de Viajes"*. Editorial SÍNTESIS. Madrid

<sup>2</sup>Idem- 1.

### **2.1.2.1 Agencia de viajes Mayorista**

Son agencias de viajes mayoristas las que proyectan, elaboran, organizan y venden en el país, toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de los otros tipos de agencias de viajes, debidamente autorizadas; y, además, mediante la compra de servicios que complementa el turismo receptivo, organizan y venden en el campo internacional, a través de las agencias de viajes de otros países, o a través de su principal en el exterior.

Esta clase de agencias podrá representar a las empresas de transporte turístico en sus diferentes modalidades, que no operen en el país, y realizar la intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones.

Las agencias de viajes mayoristas podrán también vender en el exterior los servicios turísticos que adquieran localmente a las agencias operadoras, o a los prestatarios de los servicios.

### **2.1.2.2 Agencia de viajes Internacionales**

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

### **2.1.2.3 Agencia de Viajes Operadoras**

Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan, y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de

agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

### **Servicios de Agencias Operadoras**

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

Su actividad se desarrollará dentro del siguiente marco:

- a)** Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional;
- b)** Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes.
- c)** Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;
- d)** Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;
- e)** Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;
- f)** Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- g)** Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.

Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las agencias deberán utilizar guías turísticos, que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo, previa la evaluación correspondiente.

Para la operación del transporte turístico dentro del país, la operadora deberá exhibir en el vehículo su nombre y número de registro. Los guías responsables del transporte deberán portar siempre su licencia debidamente autorizada, al igual que la orden de servicio sellada y fechada por la operadora a su cargo. No podrán prestar el servicio de transporte turístico ninguna persona natural o jurídica, que no esté registrada legalmente en el Ministerio de Turismo, como agencia de viajes operadora<sup>3</sup>.

### **2.1.2.3.1 Creación de una agencia de viajes**

#### **Nombre o razón social**

La razón social es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía mercantil de forma colectiva, accionista y anónima. Es por tanto, el atributo legal que figura en la escritura o documentos de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal.<sup>4</sup>

#### **Titularidad de la empresa**

La titularidad de una empresa se da según la titularidad del capital pueden ser:

1. Empresa privada si el capital está en manos particulares.
2. Empresa pública si el capital y el control está en manos del Estado.
3. Empresa mixta si la propiedad es compartida.
4. Empresa de autogestión si el capital está en manos de los trabajadores.<sup>5</sup>

---

<sup>3</sup> Albert Piñolé, Isabel. (1999). *"Gestión, Productos y Servicios de las Agencias de Viajes"*. Editorial CENTRO DE ESTUDIOS RAMÓN ARECES, S.A. Capítulo 1 (Págs.: 20-42). Capítulo 2 (Págs.: 82 – 84). Madrid.

<sup>4</sup> [http://www.captur.com/Docs/sector\\_agencia\\_viajes.pdf](http://www.captur.com/Docs/sector_agencia_viajes.pdf)

<sup>5</sup> <http://www.empresas.us/directorio/asesoramiento/empresas-segun-la-titularidad-del-capital/>



## **Tipo de empresa**

Las Agencias del Turismo son un tipo de empresa, o sociedades de comercio que están en facultad para organizar y promover el Turismo Nacional e Internacional.

Socialmente tiene la responsabilidad de la recepción y conducción, asistencias y recreación del turista, representación de empresas, tramitación de documentos, establecimientos de puntos de información dentro del territorio Nacional y en el extranjero. Económicamente generan divisas, son fuentes de empleo y proporcionan una balanza de pagos laborales.

Las Agencias de Turismo esta destinadas a la gestión de asuntos y diligencias de todo lo referente al negocio del turismo, regidas por la Ley del Turismo, sirviendo de intermediarias entre los usuarios y los prestadores de servicios nacionales e internacionales. Están clasificados en tres grupos: Agencias de viajes; Agencias de Viajes y Turismo y Mayoristas de Viajes y Turismo. Con actividades propias para que cada una de sus clases, especificadas en las disposiciones generales establecidas en las Normas sobre Agencias del Turismo<sup>6</sup>.

## **Requisitos y formalidades para registro de Operadora de turismo.<sup>7</sup>**

- 1) Solicitud de registro (otorgada por el Ministerio de Turismo)
- 2) Copia notariada, de la escritura pública de constitución de la compañía, y de aumento de capital o reforma de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas; debidamente inscritas en el Registro Mercantil.
- 3) Copia notariada del nombramiento del Rep. Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.

---

<sup>6</sup>Argueta Hernández Miguel Ángel. et. (1996) . Tesis. Diseno de un Manual de Control Interno Administrativo y Contable para las Agencias de Viajes de El Salvador. Universidad Tecnológica de El Salvador. El Salvador, San Salvador.

<sup>7</sup>Gaceta Oficial Nro. 5293 (1999). Ecuador.

- 4) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial (tramitar en el MIPRO)
- 5) Copia del registro único de contribuyente(RUC)
- 6) Cédula de ciudadanía o de identidad y certificado de votación.

**7) ACTIVO REAL:** el activo real de la compañía, se justificará mediante declaración juramentada (NOTARIADA) de responsabilidad, efectuada por el representante Legal de la Compañía.

- a) Para agencia de viajes operadoras, el equivalente a OCHO MIL DÓLARES de los Estados Unidos de América. Si tuviera más de una sucursal, deberá aumentar su activo real el equivalente a un mil quinientos dólares Americanos por cada sucursal a partir de la segunda.

## **1. Hoja de vida (vitae)**

De los ejecutivos y nómina del personal administrativo cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o experiencia continua por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar a una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico en Administración de Empresas Turísticas o sus equivalentes. Estos requisitos no serán exigibles para aquellas ciudades de reducida población o con un número inferior a 50.000 habitantes.

## **2. Afiliación a la Cámara de Turismo(requisito opcional)**

Toda agencia de viajes establecida de acuerdo a las normas de ley de Turismo, podrá solicitar la autorización para la apertura de sucursales, debiendo para el efecto cumplir con todos los requisitos establecidos para la

apertura de la principal, y haber dado cumplimiento a lo establecido en la Ley de Compañías.

### **3. Exigencias para los locales**

Los locales que se destinen al funcionamiento de Agencias de Viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax y una betería de servicios higiénicos, cuando menos.<sup>8</sup>

### **4. En caso de tener vehículos para operación turística**

Copia de matrícula de los vehículos habilitados para su funcionamiento o título que acredite propiedad del vehículo a nombre de la compañía.

Los vehículos deben estar asegurados.

Los requisitos y formalidades anteriormente señalados se los debe cumplir a cabalidad de tal manera que a futuro no se tenga ningún tipo de inconvenientes según la ley de turismo y el reglamento general de actividades turísticas.

#### **2.1.3 Factibilidad**

Consiste en definir el nivel de factibilidad (posibilidades de éxito) para conseguir la solución de las necesidades. Se manejan 4 niveles de factibilidad que servirán para determinar si un proyecto puede ser exitoso o no, estos niveles son:

- **Operacional:** Se refiere al hecho de que si trabajará o no el sistema si este se llega a desarrollar

---

<sup>8</sup> Art. 83 Reglamento General de Actividades Turísticas.

- **Técnico:**Factibilidad técnica que contendrá los fundamentos técnicos de las decisiones adoptadas y resumirá los resultados de la etapa
- **Económico:**un sistema puede ser factible desde el punto de vista técnico y;
- **Operacional:** pero si no es factible económicamente para la organización no puede ser implantado

#### 2.1.4 Definición de proyecto

Un proyecto es un conjunto de actividades coordinadas e interrelacionadas que intentan cumplir con un fin específico. Por lo general, se establece un periodo de tiempo y un presupuesto para el cumplimiento de dicho fin, por lo que un proyecto es un planoprograma<sup>9</sup>.

#### 2.1.5 Definición de inversión

Una inversión, en el sentido económico, es una colocación de capital para obtener una ganancia futura. Esta colocación supone una elección que resigna un beneficio inmediato por uno futuro y, por lo general, improbable.<sup>10</sup>

#### 2.1.6 Definición de Proyecto de inversión

El proyecto de inversión, en definitiva, es un plan al que se le asigna capital e insumos materiales, humanos y técnicos. Su objetivo es generar un rendimiento económico a un determinado plazo. Para esto, será necesario inmovilizar recursos a largo plazo.

Las etapas del proyecto de inversión implican la identificación de una idea, un estudio de mercado, la decisión de invertir, la administración de la

---

<sup>9</sup>Ander-Egg, Ezequiel Y Aguilar, Idáñez, María José. (1995). Cómo elaborar un proyecto: guía para diseñar proyectos sociales y culturales.

<sup>10</sup>Meigs, Meigs Better, Whittington. (1998) "Contabilidad. La base para las decisiones gerenciales". Editorial: McGraw Hill. Colombia.

inversión y la evaluación de los resultados. El proyecto en sí suele ser evaluado por distintos especialistas<sup>11</sup>.

### **2.1.6.1 Estudio de Mercado**

El estudio de mercado en los proyectos de inversión privados busca cuantificar los bienes y/o servicios que la empresa debe producir y vender para satisfacer las necesidades del consumidor final<sup>12</sup>.

#### **2.1.6.1.1 Oferta**

La oferta es una fuerza del mercado que representa la cantidad de bienes o servicios que individuos, empresas u organizaciones quieren y pueden vender en el mercado a un precio determinado.

#### **2.1.6.1.2 Demanda**

La demanda es la segunda fuerza del mercado y representa la cantidad de productos o servicios que el público objetivo quiere y puede adquirir para satisfacer sus necesidades o deseos.

- **Producto**

Es aquello que se desea vender, sea un bien intangible o tangible. El producto debe tener gran calidad e innovación a los de la competencia.

- **Precio**

El valor del producto a vender es fundamental. Es necesario comparar precios con aquellos productos semejantes, hay que ofrecer un precio adecuado que el público pueda percibir la calidad.

---

<sup>11</sup>Idem-10

<sup>12</sup>Grande, I. y Abascal, E. (2000): Fundamentos y técnicas de investigación comercial. Ed. Esic. Madrid.

- **Plaza**

Son los lugares donde el producto se va a distribuir, a mayor cantidad de sitios donde se pueda ofertar el producto mayor porcentaje en ventas se puede realizar.

- **Promoción**

La publicidad debe ser elevada de calidad orientada a comunicar las ventajas y conveniencias del producto o servicio y tiene que ser transmitida por los medios adecuados.

### **2.1.6.2 Estudio Técnico**

El estudio técnico permite verificar la posibilidad práctica de la fabricación del producto o la prestación del servicio que pretende realizar. Además de analizar y determinar el tamaño, localización óptimas, las inversiones y la organización requerida para realizar la producción.

- **Tamaño**

El tamaño del plan de negocio hace referencia a la capacidad de producción de un bien o la prestación de un servicio durante el estudio del proyecto.

El tamaño de un plan de negocio puede dimensionarse por el monto de la inversión asignada al proyecto, por el número de puestos de trabajo creados, por el espacio físico que ocupe sus instalaciones, por la participación que a empresa tenga en el mercado y por el volumen de ventas alcanzado.

- **Localización**

El estudio de la localización comprende la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, conocido como Macrolocalización, hasta identificar una zona urbana o rural más pequeña,

conocida como Microlocalización, para finalmente determinar un sitio preciso o ubicación del proyecto.

- **La ingeniería en los proyectos**

Comprende los aspectos técnicos y de infraestructura que permitan el proceso de fabricación del producto o la prestación de servicios.

### **2.1.6.3 Estudio Legal Administrativo**

El estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas que lo rigen en cuanto a la localización, utilización de productos, subproductos y patentes. También toma en cuenta la legislación laboral y su impacto a nivel de sistemas de contratación, prestaciones sociales y demás obligaciones laborales.

El estudio administrativo consiste en determinar los aspectos organizativos que deberán considerar una nueva empresa o un proyecto, para su establecimiento tales como planeación estratégica, estructura organizacional, sus aspectos legales, fiscales, laborales, el establecimiento de fuentes y métodos de reclutamiento, el proceso de selección y la inducción que se dará a los nuevos empleados necesarios para su habilitación.

#### **2.1.6.3.1 Organigramas**

El organigrama es una representación visual de la estructura organizacional, líneas de autoridad, relaciones de personal, comités permanentes y líneas de comunicación.

### **2.1.6.4 Estudio Económico Financiero**

El análisis financiero, denominado también económico financiero, es verdaderamente una ciencia de múltiples objetivos, principios y métodos,

con un objeto de estudio bien definido, que es el de la evaluación del desempeño.

#### **2.1.6.4.1 Plan de inversión**

Es un modelo sistemático, unos pasos a seguir, con el objetivo de guiar nuestras inversiones hacia un camino más seguro. El plan de inversiones es fundamental para reducir riesgos a la hora de invertir.

- **Inversiones en activos fijos**

Representan las inversiones que se realizan en bienes tangibles que se utilizarán en el proceso productivo o son el complemento necesario para la operación normal de la empresa. Entre esta clase de activos tenemos: los terrenos, obras físicas, equipamiento de planta y la dotación de servicios básicos, etc.

- **Inversiones en activos diferidos**

Bajo esta denominación se agrupan los valores que corresponden a los costos ocasionados en la fase de formulación e implementación del proyecto, antes de entrar en operación.

- **Inversiones en capital de trabajo**

El capital de trabajo puede definirse como "la diferencia que se presenta entre los activos y los pasivos corrientes de la empresa". Se puede decir que una empresa tiene un capital neto de trabajo cuando sus activos corrientes sean mayores que sus pasivos a corto plazo, esto conlleva a que si una entidad organizativa desea empezar alguna operación comercial o de producción debe manejar un mínimo de capital de trabajo que dependerá de la actividad de cada una.



#### **2.1.6.4.2 Costos de producción**

La determinación del costo, constituye la base para el análisis económico del proyecto, su valor incide directamente en la rentabilidad y para su cálculo se consideran ciertos elementos entre los que tenemos: el costo de fabricación, los gastos administrativos, gastos de fabricación, gastos financieros, los gastos de ventas y otros gastos

#### **2.1.6.4.3 Gastos administrativos**

Todos los relacionados con el área administrativa como sueldos y prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortizaciones de diferidos, seguros, impuestos de catastro y otros como papelería, útiles de oficina, comunicaciones, transportes, viáticos, investigación y desarrollo.

#### **2.1.6.4.4 Depreciación**

La depreciación corresponde al reconocimiento de "gastos" originados en la obsolescencia y/o deterioro de los bienes de activo fijo.

#### **2.1.6.4.5 Financiamiento**

Es identificar si puede cubrir la inversión con fuentes internas, con externas o ambas.

#### **2.1.6.4.6 Amortización**

La amortización corresponde a la eliminación, con efecto en resultados, de cualquier monto a través de un período determinado de tiempo, como por ejemplo, la amortización de la activación de un activo intangible. La Amortización es el proceso de cancelar una deuda y sus intereses por medio de sus pagos periódicos.

#### **2.1.6.4.7 Valor actual neto**

El valor actual neto es la diferencia que existe entre el valor actual de los flujos de fondos de la inversión y el capital inicial necesario para realizarla. Como regla general si el VAN es mayor a cero el proyecto es rentable y se recomienda realizar la inversión. Por el contrario si es menor a cero el proyecto no es rentable.

#### **2.1.6.4.8 Tasa interna de retorno**

Es aquella tasa de descuento que al utilizarla para actualizar los flujos futuros de ingreso netos de un proyecto de inversión hace que su valor presente neto sea igual a cero.

#### **2.1.6.4.9 Relación beneficio / costo**

La relación beneficio costo toma los ingresos y egresos presentes netos del estado de resultados, para determinar cuáles son los beneficios por cada dólar invertido.

#### **2.1.6.4.10 Estado de pérdidas y ganancias**

Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y pérdidas correspondientes a un periodo determinado, con objeto de computar la utilidad neta o la pérdida líquida obtenida durante dicho periodo.

#### **2.1.6.4.11 Punto de equilibrio**

Es el nivel que tiene que alcanzar una variable dada para obtener un equilibrio entre ingresos y gastos, sin beneficio ni pérdida.

#### **2.1.6.4.12 Sensibilidad**

El nivel de sensibilidad radica en verificar la consistencia de un negocio al momento de que exista un decremento en los ingresos y un incremento en los gastos, si los resultados son menores a uno el proyecto no es sensible y por ende rentable.

#### **2.1.6.4.13 Periodo de recuperación de capital**

Este indicador permite calcular el tiempo en el cual los ingresos superen la inversión, por lo tanto entre menor sea el tiempo de recuperación de la inversión demuestra mayor rentabilidad del proyecto<sup>13</sup>.

#### **2.1.7 Análisis FODA**

El análisis FODA consta de dos partes: una interna y otra externa.

- la parte interna tiene que ver con las fortalezas y las debilidades de su negocio, aspectos sobre los cuales usted tiene algún grado de control.
- la parte externa mira las oportunidades que ofrece el mercado y las amenazas que debe enfrentar su negocio en el mercado seleccionado. Aquí usted tiene que desarrollar toda su capacidad y habilidad para aprovechar esas oportunidades y para minimizar o anular esas amenazas, circunstancias sobre las cuales usted tiene poco o ningún control directo.

#### **2.1.8 Análisis PORTER**

El modelo de las cinco fuerzas de Porter es una herramienta de gestión que permite realizar un análisis externo de una empresa, a través del análisis de la industria o sector a la que pertenece.

---

<sup>13</sup>Zambrano, Barrios, Adalberto. (2006). Planificación Estratégica, Presupuesto y Control de la Gestión Pública. Primera Edición. Editorial Texto.C.A.

Esta herramienta considera la existencia de cinco fuerzas dentro de una industria:

- Rivalidad entre competidores
- Amenaza de la entrada de nuevos competidores
- Amenaza del ingreso de productos sustitutos
- Poder de negociación de los proveedores
- Poder de negociación de los consumidores

El clasificar estas fuerzas de esta forma permite lograr un mejor análisis del entorno de la empresa o de la industria a la que pertenece y, de ese modo, en base a dicho análisis, poder diseñar estrategias que permitan aprovechar las oportunidades y hacer frente a las amenazas.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> <http://www.crearempresas.com/proyectosalumnos04/solyluna/entorno/porter.htm>

## **2.2 MARCO REFERENCIAL**

### **2.2.2 CANTÓN PALTAS**

#### **2.2.2.1 Geografía de Paltas**

El cantón Paltas tiene una extensión de 1.159,55 km<sup>2</sup>, con una población de 35.647 habitantes limita con los siguientes cantones:

Norte: con Chaguarpamba y parte de la prov. De El Oro.

Sur: con Calvas, Gonzanamá, Sozoranga.

Este: con Catamayo.

Oeste: con Puyango y Celica

#### **2.2.2.2 Historia del cantón Paltas**

El nombre del cantón Paltas es eminentemente indígena. Según la tradición, es el centro de la actual ciudad de Catacocha, constituía antiguamente una gran laguna, es decir habría cubierto unas dos hectáreas de superficie; la cual, pudo formarse por acción de las aguas lluvias o más bien, por la afloración de surtidores que así mismo tenían un escape subterráneo.

Se dice que una pareja de indios, al pasar por estos lugares, se sorprendieron por la laguna. La india se resbaló y creyendo que estaba junto a un Dios, pronunció TAYTA – COCHA (Padre Lago), ya con la venida de los españoles se dio por llamarle Catacocha y por el año 1720 Villa de San Pedro de Catacocha.

Otra versión indica que Catacocha proviene de la lengua Palta: CATAY-COCHA que significa aquí lagunilla.

De acuerdo al quichua, se deriva de las palabras CATA= laguna es decir Laguna Cobijada. La cabecera cantonal de Paltas es la ciudad de Catacocha.

### **2.2.2.3 Patrimonio Cultural del Ecuador**

Catacocha es tierra de historia y gallardía única en su género, propio de un pueblo sureño que muestra particularidades de muy fuerte atractivo, su gente, costumbres, tradiciones, gastronomía, variedad de climas, su inmensa riqueza arqueológica, sus viviendas nacen gracias a la arquitectura española, características más que suficientes para que con justa razón obtenga por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, la declaratoria de Patrimonio Cultural del Ecuador, el 25 de Mayo de 1994. Tres son los aspectos principales por los que Catacocha fue declarado Patrimonio Cultural.

### **2.2.2.4 Aspectos Naturales**

Su ubicación en los Andes bajos que permite una interpretación climática entre la Costa, la Sierra y la Amazonía, localizada en una zona de transición entre los páramos húmedos ecuatorianos y la costa desértica peruana que le permiten gozar de una gran biodiversidad en distancias reducidas, la formación geológica de sus suelos derivados de formaciones antiguas, permitiendo observar la evolución de la tierra y de los seres vivos que la habitaron, atestiguados por numerosos fósiles que la erosión va descubriendo.

Su asentamiento al borde de una falla geológica que forma un verdadero farallón natural que muestra como en un corte la diferencia entre el valle semitropical seco y la meseta temperada. El tipo de volcanismo que distribuyó lava sobre los suelos de Catacocha, dándonos la imagen de un pueblo asentado sobre una roca continua.

### **2.2.2.5 Aspectos Culturales**

El haber sido la cuna del Cacicazgo de los Paltas e inspiradores de la gran confederación Palta que controló todo el sur ecuatoriano, que hacen que Catacocha sea un pueblo único en su género. Sus originales costumbres y

tradiciones, fiestas acompañadas de la banda del pueblo, ritos y bailes folclóricos.

El surgimiento de una identidad mestiza, subtropical de sabor rural, que dio origen a una serie de elementos culturales como la viveza del oriundo Catacocha y su exquisita gastronomía.

#### **2.2.2.6 Aspectos Arquitectónicos**

Por sus valores arquitectónicos coloniales con sus balcones, canecillos, rejas, faroles, escalamiento de sus casas. Además los edificios individuales que destacan por sus méritos de construcción y ornamentación o por ser representativos de un estilo de arquitectura religiosa o popular.

Las innumerables obras de arte arquitectónico, escultórico, pictórico de los siglos coloniales, los libros, documentos y demás objetos que reflejan el estilo de vida que impuesto por España llegó a mestizarse con el indígena Palta y darle a Catacocha sus actuales características culturales.

#### **2.2.2.7 Lugares turísticos de Paltas**

Paltas, pueblo cordial y hospitalario, recibe cariñosamente a los hermanos de otras latitudes con el abrazo fraterno e inmensa bondad que caracteriza a los paltenses. El Shiriculapo, es el atractivo turístico más importante, con su imponente belleza y altura nos permite contemplar el valle de Casanga y la Cumbre del cerro Pisaca.

Otros lugares que resaltan son las iglesias Matriz y Lourdes que conservan su arquitectura, como símbolo de la cultura, las mismas que son visitadas por propios y ajenos. En ellas asisten centenares de feligreses a participar de las fiestas religiosas.

Entre la variedad de atractivos turísticos además tenemos: La capilla de san Vicente ubicada en el barrio el progreso, el museo Hno. Joaquín Liébana

Calle, La Cruz del Calvario, el Valle de Casanga, la Piedra del Sol, parque Central, parque Lourdes, parque de la Madre, parque del Indio Palta.

#### **2.2.1.8 Flora y Fauna de Paltas**

Las plantas que se desarrollan en este cantón aparte de su brillantez y exuberancia tienen la ventaja de ser extraordinariamente variadas. Se caracteriza por su biodiversidad vegetal, sus frondosos y verdes ceibos que sobrepasan los 10m. de altura. La diversidad de plantas con flores espectaculares por su tamaño y colorido entre otras, la conocida flor de arupo y buganvillas, de vivos colores.

Se registran aproximadamente 60 especies de aves como: loros, chirocas, palomas, pájaros carpinteros. Otro aspecto interesante en el cantón es la diversidad de especies como: tumulles, guanchacas, ardillas, venados, guetusas, gavilanes, pericos, periquillos, chilalos, paloma torcaza, iguanas, zorros, gavilanes, culebras, armadillos, leones, y el cóndor el ave más importante de los Andes en peligro de extinción.

#### **2.2.1.9 El comercio en Paltas**

Paltas es el centro de las transacciones comerciales. Todas las parroquias rurales, tienen sus ferias anuales donde se dan cita agricultores, ganaderos, pequeños y grandes comerciantes a realizar sus compras y ventas. Generalmente todos los domingos del año en la cabecera cantonal, se realiza el feriado donde gente de los diferentes barrios, parroquias, cantones e incluso fuera del país como es la vecina república del Perú realizan sus transacciones comerciales, Catacocha se convierte en un verdadero bullicio, animación y actividad de los compradores y vendedores respectivamente.

Durante el año contamos con tres ferias comerciales en la misma ciudad, entre ellas anotamos la feria del 24 de junio, 30 de julio y primer domingo de octubre. A todas ellas concurren numerosos comerciantes de los cantones vecinos, de las provincias de El Oro, Guayas, Azuay y Perú. Cuando el Dr.



José Bolívar Castillo desempeñaba el cargo de Director de PREDESUR, en la feria del 30 de julio de todos los años, se instauró la feria del maní, en la cual los habitantes de San Antonio y Sacapianga exponen productos típicos y muy apetecidos como los bocadillos, turrone, colaciones, rallados, huevos de faldiguera, muy reconocidos a nivel de la provincia y del austro ecuatoriano. En la comercialización también cabe señalar que en San Antonio se elabora el tradicional “traguito”.<sup>15</sup>

## **2.2.2 Lugares Turísticos de Catacocha**

**Parque de la Madre:** Escultura elaborada por Evelio Tandazo, escultor y ceramista, ganador de algunos premios nacionales e internacionales llegó a ser sin lugar a duda uno de los artistas plásticos de gran valía en el país sobre todo para Loja por ser uno de sus hijos que le ha venido representando en el arte escultórico en este siglo y con su labor artística ha fortalecido el arte y la valía del hombre lojano.

El monumento a la madre es una de sus artes el cual representa a la mujer Paltense, luchadora y de gran importancia en la supervivencia familiar y para la especie humana, por tal razón se levanta el monumento para perpetuar en la escultura un homenaje a la mujer que nos ama mucho antes de conocernos.

**Monumento del Monseñor Jorge Guillermo y del Obelisco 3 de diciembre:** Este monumento y obelisco es en homenaje al 3 de diciembre de 1953, en honor al símbolo de lucha que defendieron los derechos de los paltenses.

El 3 de diciembre de 1953, representa el grito de rebeldía del pueblo Paltense.

---

<sup>15</sup>Naranjo, Ghilda. Primera Revista del Cantón Paltas “Taita Cocha”. Fotografía. Jolenaro, Servicompu n/r. Editora. Gráfica

La carretera “Las Chinchas – Catacocha” se hizo realidad gracias a la muy ecuatoriana costumbre de las “mingas”. Las generaciones de ayer junto a Manuel Vivanco, consiguieron del Supremo gobierno el decreto de que la Panamericana, pase por la ciudad y continúe hacia el sur hasta llegar a Macará. El Director de los trabajos, con fondos asignados a la obra, logró adquirir 2 tractores. De esta manera, la carretera lentamente iba avanzando.

De pronto llega una resolución del Supremo Gobierno, quién pretendió truncar la esperanza de los Paltense; pero no pudo, ni aun valiéndose de la fuerza. La misma consistía en retirar las dos máquinas motorizadas. El pueblo dejó salir una de las máquinas confiado en que pronto regresaría según lo habían prometido, pero su rebeldía y coraje no tuvieron límites, cuando los poderes centrales en vez de hacer regresar la máquina disponían el inmediato retiro de la otra.

El pueblo se puso en pie de propuesta, hombres, mujeres, ancianos y niños se levantaron uniendo fuerzas y voluntades, no dejaron ni dejaron ultrajar sus derechos.

El Monseñor Armijos, resolvió hacer guardia frente a la unidad mecánica estacionada en la Plaza Central. Amanecía el 3 de diciembre de 1953. Protegidos por la sombra de la noche un pelotón de soldados, habría atravesado las puertas de la ciudad para llevarse a la fuerza el tractor.

Desde la torre de la iglesia Matriz un centinela los ha visto y toca apresuradamente las campanas llamando al pueblo. Los soldados se desconciertan, pero al fin ingresan, los guardias del tractor son tomados prisioneros, dos logran escapar y cruzan apresurados las calles despertando al pueblo. El Padre Armijos arriesgando su vida se pone a la cabeza del pueblo y dirige la defensa.

El pueblo se vuelca impetuoso, resuelto a luchar y vencer, no le atemorizan ni los gases asfixiantes, ni las amenazas, ni la muerte. Y la mujer que siempre ha desempeñado un papel preponderante en la vida de los pueblos, tenía que surgir. Es doña Laura Piedra de Tandazo, quién con valentía

desarma a un soldado y lo pone fuera de combate. Ante esa acción heroica, los paltenses enardecidos, en avalancha singular, al grito de “Los tractores no saldrán” y cantando el Himno a la Patria, detuvieron a la máquina en el lugar donde hoy se levanta el obelisco recordatorio.

**Shiriculapo:** Se trata de uno de los miradores más grandes y hermosos de Paltas, desde esta gran montaña se admira extensas áreas verdes y paisajes de Catacocha. En la cima del gran peñón se ha erigido un monumento a Jesús del gran Poder, ésta imagen está cubierta con un manto rojo y tiene los brazos en cruz, según los habitantes es símbolo de paz. Su pared lateral desciende en forma vertical, tiene 150 m aproximadamente de profundidad.

Leyendas dicen que en este cerro muchas almas románticas no resistieron la atracción y en vuelo eterno se lanzaron al vacío para buscar la eternidad. El Shiriculapo está a cinco minutos de Catacocha

**Balcón Paltense:** En el Balcón Paltense sobresalen un conjunto de viviendas antiguas las cuales constituyen uno de los elementos más importante de la estructura urbana, conforman un sistema dinámico en el cual se manifiestan fuertemente los cambios socio culturales de un pueblo. Es el sistema que materializa la morfología de la ciudad y define su imagen urbana. En Catacocha se pueden identificar tres tipos de vivienda aquellas de origen español, que tienen un portal a la calle, una sala, uno o dos patios internos con sus respectivos portales internos y los cuartos para los dormitorios y servicios. Son generalmente casas de adobes, pilares de madera, pisos entablados y cubierta de teja a dos o cuatro aguas. Las paredes están recubiertas de calcimina<sup>16</sup>, y se pueden ver, en varios sitios frisos y adornos pintados en las paredes, de ellas se han inventariado 94 casas, que forman parte del patrimonio nacional. El segundo tipo de construcción, es aquella que tiene un portal hacia la calle, el salón principal y los dormitorios formando un solo bloque. En la parte de atrás está el solar.

---

<sup>16</sup> En Catacocha se utilizaba una técnica muy especial de revoque, elaborada con tierra blanca y “papajón” (estiércol) de burro fermentado. La pasta obtenida era muy resistente y de buen acabado.

Es decir, es una casa intermedia entre la típicamente española y la andina. Los materiales de construcción son los mismos que la casa española. El tercer tipo de casa, es la más cercana a la casa indígena. Es una casa de bahareque, tiene pocos ambientes internos y está fabricada en un solo bloque. En el pasado tenía “puntales de chachacomo” y cubierta de corteza de este mismo árbol. De estas casitas de bahareque construidas con palos, barro y chaclas (carrizos), quedan unas cuantas en pleno proceso de destrucción. (Ramón 2002:26)

**Iglesia matriz de Catacocha:** Ubicada en el centro de la ciudad de Catacocha, no se sabe a ciencia cierta su fecha de creación, pero se estima que fue construida en el siglo VIII; aún mantiene su estilo colonial, y en su interior se encuentran un sinnúmero de cuadros e imágenes de santos.

**Monumento el Cóndor:** En el barrio la Pita se encuentra uno de los primeros atractivos turísticos al cuál se visitará, este es el “Monumento al Cóndor” el cual está ubicado en el medio de los dos puntos de acceso a la ciudad la vía a Macará y la vía a Loja, al ser puntos de acceso a la ciudad son los que definen la primera impresión al visitante y la expectativa de un mayor descubrimiento al interior de la misma.

**Monumento el Indio Paltas:** Construido con una base de hormigón armado y plata, significa una señal de vigilancia, es de carácter escultórico y está hecho en bronce con una altura de 2,5 metros.

**Iglesia Lourdes:** Iglesia construida hace 200 años.

**Museo Hno. Joaquín Liébana Calle:** Ubicado en la ciudad de Catacocha, en él se encuentran reliquias arqueológicas representativas de los originarios, así como restos de animales y vegetales petrificados, los cuales han sido recogido por los mismos pobladores en los alrededores de la ciudad y sus valles.

### 2.2.3 Lugares Turísticos de Cuenca

**Iglesia de San Blas:** está ubicada al este del Centro Histórico de Cuenca, en la intersección de las calles Simón Bolívar y Manuel Vega. San Blas es el único templo cuencano construido en forma de una perfecta cruz latina, sobre el ábside se levanta la cúpula de ladrillo, revestida de azulejos. La fachada presenta tres puertas labradas con cuatro columnitas de mármol blanco, a los lados de cada una de ellas. Sobre la puerta central hay una hornacina con la escultura del Corazón de Jesús.

**Museo de arte moderno:** está localizado en la antigua Casa de Temperancia que se levanta en la intersección de las calles Mariscal Sucre y coronel Tálbot de la parroquia San Sebastián del cantón cuenca. Al momento sus fondos artísticos ascienden a 310 pinturas de gran calidad estética, 25 esculturas, 23 obras pictóricas que corresponden a los premios de las diferentes ediciones de la Bienal de Pintura y 60 obras infantiles.

**Parque San Blas:** este parque escolta a la iglesia del mismo nombre ubicada en la parte oriental de la calle Sucre. En el centro del parque está el monumento a Manuel calle y está rodeado por una bella pileta.

**Río Yanuncay:** por este río se encuentran lugares como: el cuenca Tenis y Golf Club, sus canchas, jardines y complejo recreativo; Barabón Bajo y Alto, San José, la Inmaculada y Minas, haciendas, aserríos y ganaderías, a uno y otro lado del río las aguas cristalinas, que desciende ruidoso, cruzado de innumerables viejos y modernos puentes con cubierta de teja, ardex, o de zing.

**Parque Arqueológico Pumapungo:** el mayor conjunto de vestigios arqueológicos Inkas al sur de Ingapirca. Arduo trabajo; si se tiene en cuenta que Tomebanba fue destruida antes de la llegada de los españoles, en el tiempo de la guerra fratricida entre Atahualpa y Huascar y que luego los conquistadores usaron hermosas piedras almohadillas de los templos y

edificaciones para sus iglesias y viviendas, como se puede observar en la antigua Catedral y en la iglesia de San Blas.

**Gualaceo:** es un pueblo que ha conservado las características típicas de la población andina, preservando elementos arquitectónicos tiempo de la colonia. Es una de las zonas más importantes en tradición folklórica y artesanal del país.

**Las tres lagunas:** son admiradas y apreciadas por su encanto y sus aguas que poseen propiedades curativas. Se sabe que los antiguos indígenas de las zonas aledañas se bañaban en estas aguas para curar enfermedades y aliviar sus dolencias. Las tres lagunas forman una grada de tres espejos ubicadas en orden descendente, en este sitio se puede observar un paisaje de una belleza natural única. Antiguamente se encontraron en el sector minas de oro.

#### **2.2.4 Lugares turísticos de Machala**

**Machala:** La ciudad se ha convertido en los últimos tiempos en el centro para la cristalización de importantes negocios y apertura de grandes empresas. Machala, a través de la regeneración urbana que ha emprendido, goza de nuevos sitios de esparcimiento y recreación, dignos de ser visitados.

**Isla del amor:** es un lugar ideal para los amantes de la naturaleza, ya que ella se desarrollan variedad de especies de aves, mismas que anidan y se reproducen en ésta isla. Adicionalmente hay un sendero y espacios para acampar y disfrutar de los manglares y de la fauna marina.

**Isla Santa Clara:** es el mayor refugio de las aves marinas de la costa continental ecuatoriana. Además conocida como la Isla del Muerto, en virtud de que divisada desde cierta distancia, ella se presenta como la figura de un hombre acostado, como muerto.

**Parque lineal:** el diseño es moderno funcional y atractivo, elementos que lo hacen único en la provincia y uno de los mejores a nivel nacional.

**Plazoleta de la juventud:** nace como parte de las necesidades de Machala de contar con espacios recreativos que se puedan combinar con elementos artísticos – culturales que vayan formando la identidad urbanística de la ciudad. Además, fue el lugar ideal para, completar con éxito la gran obra de regeneración urbana de la avenida Bolívar.

**Parque ciudadela Buenos Aires:** se constituye en otra de las alternativas de esparcimiento que gozan los machaleños y que es motivo de atracción turística para quienes visitan la ciudad. Al poco tiempo de inaugurado, el parque se ha convertido en espacio preciso utilizado como locación para fotos y videos debido a la excelente composición arquitectónica que combina y contrasta colores.

**Parque infantil Los Picapiedra:** obra inspirada en una serie infantil, hoy se constituye en el centro de diversión de los más pequeños. En 1600 metros cuadrados de construcción, el parque tiene todos los elementos arquitectónicos característicos de los parques de la ciudad, superficie de porcelanato, amplios jardines, iluminación integral, música ambiental, riego automático, juegos infantiles diseñados en madera y metal. Forman parte del parque la casa, el tronco móvil, el pozo de la dicha, la pileta y el Dino, que son motivo de admiración y felicidad para los niños.

**Parque Juan Montalvo y Paseo Nuestra Señora de la Merced:** el cambio del parque se presenta con el rediseño de los espacios verdes, la restauración de la pileta, la implementación de un sistema de iluminación inteligente, con postes de hierro fundido, eliminando las antiguas torres de reflectores que le restaba estética a la iluminación, música ambiental, cascada, riachuelo subterráneo con cubierta transparente, piso de porcelanato, restauración del “punto cero” donde se establece el centro de la ciudad, son algunos cambios que experimentó el parque. Anexo a él y frente a la Catedral, se construyó el paseo “Nuestra Señora de la Merced” espacio

que hoy se destina a la presentación de grupos de danza y bandas artísticas nacionales e internacionales que deleitan al público machaleño.

**Paseo cultural Lic. Diego Minuche Garrido:** el espacio constituye el lugar de encuentro y esparcimiento de los machaleños, conformados por dos piletas en los extremos. Es un Paseo Cultural con áreas cubiertas para exposiciones pictóricas y eventos artísticos, amplios jardines, música ambiental, iluminación integral y total seguridad.

### 2.2.5 Lugares turísticos de Zamora Chinchipe<sup>17</sup>

**Reloj Gigante:** tan grande como el alma de su gente, el reloj de Zamora, es uno de los más grandes del mundo. Ubicado en la loma del río Tío Lucho, al pie de la loma de las Tres Cruces este ícono de la ciudad ocupa un área de 1600m<sup>2</sup> de talud, la cual ha sido adecuada con una geomalla que evita la erosión.

**Monumento a Naya o la Chapetona:** Naya o la Chapetona es el personaje principal de la obra literaria del mismo nombre, escrita por el sacerdote Lojano Manuel Belisario Moreno, quien con extraordinaria elocuencia, describe una serie de acontecimientos vinculados a los territorios de los Yaguarzongos, y Pacamoros, entorno a una joven mestiza nacida en Zamora, descendiente de un militar español y una princesa Inca.

**Cascada Velo de la Novia:** Conocida así por su caída y su color blanco que presentan sus aguas, las mismas que nacen de lo alto de las cordilleras y presentan coloración de origen vegetal del lugar.

Su caída es de 60 m con una pendiente al margen del perfil rocoso.

**Cascada Chorrillos:** Cuenta con una caída impresionante de 10 m. en forma vertical donde cada gota de sus aguas es totalmente cristalina y pura,

---

<sup>17</sup>Paladines Ludeña, M., 2006. Loja y Zamora Chinchipe Guía Turística comentada. Ministerio de Turismo Gerencia Regional Frontera Sur. Loja – Ecuador



que al golpearse con las rocas nos dan un color blanco intenso. Su altura con respecto al nivel del mar es de 1066 m.s.n.m.

**Cascada La Rosa:** La cascada se caracteriza por poseer dos caídas de agua de la misma fuente, distintivo que responde también a la mitología Shuar, según los cuales en la primera caída se bañaban los hombres y en el segundo nivel se bañaban las mujeres, y así invocaban al dios de la guerra.

**Tzanka Refugio ecológico:** En el centro de la ciudad de Zamora se encuentra Tzanka refugio ecológico, un lugar paradisíaco, para los amantes de la naturaleza en donde podemos admirar varias especies de animales. Cuenta con un museo con piezas arqueológicas y una tienda artesanal, además podemos observar reliquias y antigüedades, hermosas artesanías como trajes típicos, coronas y plumas de etnias indígenas y museo arqueológico.

**Bosque Protector Alto Nangaritza:** es uno de los más grandes y mejor conservados de los bosques amazónicos ecuatorianos. Se encuentra al extremo suroriental de Zamora Chinchipe, en la parroquia Zurmi, cantón Nangaritza. Es una de las últimas extensiones de bosques nativos no alterados en Zamora Chinchipe.

# **MATERIALES Y MÉTODOS**

### **3. MATERIALES Y MÉTODOS**

Para el desarrollo de este trabajo y los objetivos planteados, se tomó en cuenta la información obtenida de: Instituciones como el Gobierno Autónomo Descentralizado del Cantón Paltas, Ministerio de Turismo de la provincia de Loja, Ministerio de Cultura de Loja, residentes del Cantón Paltas, personas oriundas del Parroquia Catacocha, internet, investigación primaria, observación directa, entre otros. Dentro de los aspectos específicos para el desarrollo del proyecto, se consideró lo siguiente:

#### **3.1 Materiales**

Los recursos materiales que se utilizó, y que proporcionaron objetividad y precisión en el momento que se ejecute las distintas operaciones en el proceso investigativo para el desarrollo del proyecto de inversión fueron:

Equipos de oficina:

- Computadora
- Scanner
- Grabadora
- Copiadora
- Cámara digital
- Impresora
- Flash memory
- Infocus

Útiles de oficina:

- Hojas de papel A4
- Bolígrafos
- Borrador
- Lápiz
- Regla
- Calculadora
- Cuaderno

## **3.2 Métodos**

### **Para el objetivo General:**

“Elaborar una propuesta de factibilidad para la implementación de una operadora de turismo en la parroquia Catacocha cantón Paltas de la provincia de Loja, que aporte a la difusión y venta de los atractivos turísticos del mismo”. Se utilizó la siguiente metodología:

En el estudio de mercado se realizó en primer lugar la ejecución de las encuestas, de acuerdo a la muestra establecida fueron 1914; las mismas que fueron distribuidas a los estudiantes de colegio del cantón Paltas del nivel de bachillerato; docentes de instituciones educativas (escuela, colegio y universidades), lo cual es el mercado objetivo para realizar el proyecto de factibilidad, por medio de la realización de los siguientes estudios: de mercado, con este estudio se determina la demanda y oferta existentes, además se establecerá la respectiva estrategia comercial, para lo cual se tomará en cuenta las cinco “P” (precio, plaza, producto, promoción) con el apoyo de la técnica de la encuesta se obtiene información de ayuda para el proceso del estudio de mercado y de los siguientes estudios.

El estudio técnico se lo realizó consecutivamente al estudio de mercado y se fundamentará en los datos que dicho análisis arrojó, aquí se estableció el ámbito del proyecto y los alcances del mismo; para ello se precisó determinar el tamaño o capacidad requerida con motivo del producto, así como también la viabilidad de localización del proyecto en función de la demanda establecida, los factores económicos y de comportamiento empresarial detectado.

En cuanto al estudio administrativo y legal, se realizó la estructura orgánica funcional que requiere el proyecto así como la determinación de responsabilidades de cada uno de los integrantes de la empresa basándose en la misión y visión con el fin de elaborar organigramas y manuales. Así mismo se recabó información del Ministerio de Turismo, Municipio, Itur,

Bomberos, SRI, Superintendencia de Compañías con la finalidad de obtener requisitos para permisos y funcionamiento de la empresa.

En el análisis financiero se utilizó básicamente dos procedimientos: el estudio financiero, lo cual fue de utilidad cada una de las explicaciones y pasos a seguir de parte del director de tesis, y se ocupó el programa Microsoft Excel; y el de la evaluación, se inició esta parte del trabajo definiendo las condiciones de inversión y financiamiento para implementación de la operadora de turismo, como aporte a la difusión y venta de los atractivos turísticos del mismo, temática la cual permite tener una idea o aproximación de cuál será el estado de pérdida y de ganancia que determinará la rentabilidad del proyecto.

Las Técnicas de evaluación económica: Consecuentemente para determinar la rentabilidad y productividad de los recursos utilizados en el proyecto. Se utilizaron el Flujo de caja, el V.A.N; la T.I.R; el Análisis de Sensibilidad; Punto de Equilibrio; Periodos de recuperación del capital y Relación Beneficio – Costo, todo esto para determinar la factibilidad del proyecto.

Como apoyo a este método fue necesario utilizar técnicas de comunicación como medios audiovisuales que permiten la elaboración de diapositivas para su presentación e ilustración y por otro lado la fotografía que ayudará a plasmar imágenes en trípticos los cuales llevará información tanto de la empresa, de los servicios que ofrece como de los atractivos que promociona, estos trípticos se los diseñará utilizando el programa ILUSTRATOR CS5.

### **3.2.1. Para el primer Objetivo Específico:**

“Realizar un diagnóstico situacional del entorno interno y externo, para establecer una línea base de la información establecida”

Para cumplir el primer objetivo específico, el análisis se hizo a través de la técnica de la encuesta para la obtención de información con respecto a la perspectiva que tiene el sector en cuanto al ingreso de una operadora de

turismo en el lugar, propiamente dicho con énfasis en la oportunidad de ingreso, estabilidad, competitividad y desarrollo exitoso de la misma.

Se aplicaron los diagnósticos: FODA, mediante el cual permitió conocer las necesidades y prioridades que cuenta la población de la parroquia Catacocha, información que sirve para saber si influye de alguna manera en beneficio o perjuicio para la empresa, así como también el diagnóstico de las 5 fuerzas PORTER, esto se lo consiguió con la información obtenida de los diferentes establecimientos educativos de nivel de bachillerato del cantón Paltas, así mismo se realizaron las respectivas visitas al lugar para obtener información de los habitantes y ciertos lugares específicos.

Se aplicó la técnica de la encuesta, esta técnica requiere una minuciosa estructuración del cuestionario así como también una correcta aplicación de la técnica probabilística del muestreo lo cual permitió analizar el mercado actual tanto de demandantes como de oferentes.

El muestreo se lo realizó mediante el análisis estadístico con que permitió determinar con exactitud el nivel poblacional, así como el mercado al cual está dirigido el servicio y producto.

El tamaño de la muestra se lo realizó con el propósito de conocer el número de personas a encuestar, además conocer los gustos y preferencias del mercado del Cantón Paltas provincia de Loja, debido a que son los potenciales clientes de la operadora de turismo, ya que son las personas que están en frecuente contacto con la operadora de turismo, se hace necesario tomar una muestra del mismo, y para esto se utilizó la siguiente información: 1242 estudiantes del nivel de bachillerato de los colegios del Cantón Paltas, 672 docentes de las escuelas, colegios y universidades del cantón Paltas, contando con un total de 1914 personas que pueden acceder a los paquetes turísticos que ofrecerá la operadora de turismo.

Cabe anotar que, para efectos de un buen análisis de demanda se realizó el estudio a partir de los habitantes, contando con una población de estudio de 330,86 personas.

La determinación del tamaño de la muestra aplicada, se la obtuvo mediante la fórmula, la misma que proporcionó los siguientes datos:

**Cuadro No 1**

<b>SEGMENTO DE MERCADO</b>	
<b>COLEGIOS (estudiantes de bachillerato)</b>	<b>1242</b>
<b>DOCENTES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS (escuela, colegio, universidad)</b>	<b>672</b>
<b>TOTAL SECTOR EDUCATIVO DEL CANTÓN PALTAS</b>	<b>1914</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: INEC; D.P.L

$$n = \frac{N}{1 + e^2(N)}$$

n: número de encuestas

N: segmento de mercado

1: constante

e<sup>2</sup>: margen de error

$$n = \frac{1914}{1+(0.05)^2(1914)}$$

$$n = \frac{1914}{1+(0.0025)(1914)} \quad n = \frac{1914}{1+4.785}$$

$$n = \frac{1914}{5.785}$$

**n = 330.86 encuestas**

### **3.2.2. Para el segundo Objetivo Específico**

En el segundo objetivo específico se hace hincapié en “Establecer un circuito turístico de los atractivos turísticos en la parroquia Catacocha con la finalidad de llamar la atención a nuestros potenciales compradores”; por lo tanto se presentó una variedad de atractivos turísticos a nivel local y nacional, accesibles y de alcance económico para los clientes que requieran comprar los paquetes turísticos. Todo esto genera en los competidores potenciales a que quieran ingresar a competir en empresas de turismo, la existencia de nuevos competidores siempre será una amenaza para el sector turístico, en el sentido de que la irrupción de nuevos competidores intensificará la competencia actual y reducirá, por tanto, el atractivo de la empresa turística.

### **3.2.3. Para el tercer Objetivo Específico**

En el tercer objetivo “Exponer los resultados a lograr con la implementación de la operadora de turismo a las autoridades vinculadas con el proyecto para de esta manera dar a conocer nuestro aporte como profesionales de la Universidad Nacional de Loja”. Luego de haber realizado una serie de estudios e investigaciones a lo largo de los seis meses, desde la fecha de inicio del taller de apoyo a la tesis, con esfuerzo y dedicación se llegó la culminación de la misma para de esta manera cumplir el tercer objetivo. Primeramente se hizo revisar el trabajo investigativo para su aprobación, consecuentemente a esto se envió invitaciones a las autoridades de la Universidad, que de alguna manera se han involucrado en el desarrollo del proyecto, como el Coordinador de la carrera de Turismo Lic. Diana Nagua Suing, Director de Tesis Ing. Rodrigo Culcay, Vicealcalde del Cantón Paltas Dr. Danilo Celi, departamento de Promoción Popular Ing. María Esther Celi y Jefe del Departamento del Plan de Desarrollo del Gobierno Local del Cantón Paltas Lic. Willian Coello, con la finalidad de realizar la exposición de los resultados.

A la culminación de la exposición se dieron recomendaciones por parte de las autoridades quienes supieron manifestar que la empresa será de gran



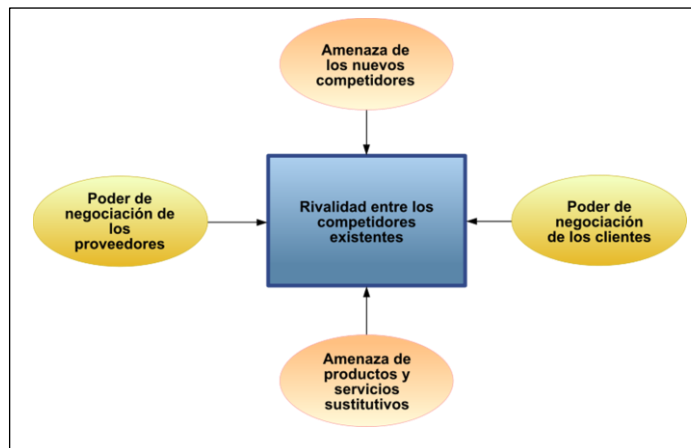
ayuda al momento de promoción y venta de los atractivos turísticos de Catacocha y por ende estarán gustosos de brindar su ayuda a este proyecto.

# **RESULTADOS**

## 4. RESULTADOS

### 4.1 ANÁLISIS PORTER

El análisis Porter que se detalla a continuación ha permitido observar el comportamiento del entorno del proyecto y así obtener estrategias que permitan su aplicación con éxito.



**Figura No 1**  
Las cinco fuerzas de **PORTER**  
Autor: Magaly Tandazo

#### 4.1.1 Poder de negociación de los compradores o clientes

En la ciudad de Catacocha, los clientes buscan obtener servicios y productos a bajo precio debido a que su economía está basada en la agricultura y ganadería en la mayoría de la población y por esta razón se debe crear productos y servicios que vayan acorde a los clientes sin dejar de lado la excelencia, eficacia y sobretodo satisfacción de los mismos.

Por otro lado debido a que no existe ninguna otra operadora de turismo en la ciudad de Catacocha, los clientes no influyen mayoritariamente para modificar los precios ya que no tienen otras alternativas.

#### 4.1.2 Poder de negociación de los proveedores

En cuanto a los proveedores se tiene complicaciones pues son empresas que tienen un precio fijo y no están dispuestos a cambiarlos o a ofrecer servicio o producto adicional por el precio que ofertan.

En la ciudad se tiene los siguientes proveedores:

- El hotel TAMBOCOCHA es uno de los primeros que existió en esta parroquia, está ubicado en la calle 25 de junio y Lauro Guerrero esquina, su propietario es el señor Jorge Quevedo, este hotel tiene una posición estratégica pues a la derecha encontramos el Municipio de Paltas y al frente está ubicada la iglesia matriz de Catacocha entre otras instituciones de ayuda para el turista.

Este hotel consta con 5 habitaciones de lujo las cuales cuentan con tv cable, baño privado, agua caliente.

Los precios que las habitaciones tienen son los siguientes:

Individuales	9 dólares
Matrimoniales	14 dólares
Compartidas	7 dólares (por persona)

En cuanto a negociaciones con agencias de viajes no las tiene al momento pues afirma el dueño del hotel que lo tiene simplemente como un ingreso adicional, y que la única forma de negociación que haría con otras empresas es que por cada turista que se hospede en su hotel se le pagaría una comisión del 10% a la agencia o a cualquier otra empresa.

Los precios de las habitaciones son estables y no se realiza rebajas por ninguna cantidad de turistas pueden sobrepasar los 30 turistas y los precios continúan siendo los mismos.

- ARUPOS HOTEL se apertura hace 3 meses y es otra de las opciones en cuanto a servicios de alojamiento su propietario es el señor Víctor Morocho, el hotel se encuentra ubicado en las calles Manuel Vivanco y 25 de junio.

Cuenta con las siguientes habitaciones:

Individual simple	10 dólares
Matrimonial	15 dólares
Dobles	20 dólares
Individual y matrimonial	25 dólares

2 individuales y una matrimonial	35 dólares
2 matrimoniales	30 dólares
Suit	25 dólares

De igual manera como el hotel anterior los precios de las habitaciones se mantienen estables.

Para la reserva de las habitaciones para un grupo de turistas debe ser 50% al momento que se realiza la reservación y 50% al final.

## **RESTAURANTS**

Los restaurants que se encuentran en la parroquia son dos y no están en condiciones de prestar servicio a más de 10 turistas por ese lado existe un gran problema pues se necesita de lugares de limpieza, espaciosos y de buen servicio para la alimentación de los turistas.

- El restaurant TRADICIONAL se encuentra ubicado en las calles Independencia y 25 de junio su propietaria es la Sra. Bertila Cueva este restaurant lleva en funcionamiento 30 años.

Ofrece los siguientes productos:

Guatita	1.50
Fritada	2.00
Repe de arveja	0.50
Pollo de granja	1.75
Pollo criollo	2.75

Los precios son bajos y estables y no se realiza por ningún motivo rebajas.

- El MESÓN PALTENSE es otro restaurant que se encuentra ubicado en la calle Manuel Vivanco su propietario es el señor Euler Bustos.

#### **4.1.3 La amenaza de nuevos competidores**

No existen barreras de entrada o salida para este tipo de negocios pues la inversión necesaria no es muy elevada y no existen empresas privadas o públicas como el Ministerio de Turismo que impidan el ingreso de las mismas.

#### **4.1.4 Amenaza de productos sustitutos**

En Catacocha no existen productos sustitutos salvo las compañías de taxi que les trasladan a los atractivos turísticos, con la diferencia que éstos no ofrecen un traslado con guianza.

Por tal razón la amenaza de productos sustitutos no afecta a la economía o inserción de la empresa en el mercado competitivo.

#### **4.1.5 El grado de rivalidad existente entre los competidores actuales**

No existe grado de rivalidad porque no existen empresas que se dediquen a ofrecer el mismo servicio a los clientes en el mercado turístico.

Por tanto no tendrá que competir sino más bien generar estrategias para insertarse en el mercado.

## **4.2 INTERPRETACIÓN DE ENCUESTAS**

### **4.2.1 Interpretación de encuestas a los estudiantes de bachillerato de los colegios del Cantón Paltas.**

Luego de haber aplicado las encuestas según el tamaño de la muestra, aplicadas a los estudiantes del nivel de bachillerato del Cantón Paltas, sirven de ayuda para determinar tanto la oferta como la demanda que existe en la población antes mencionada con respecto al tema de una empresa dedicada a la venta de productos y servicios turísticos en este caso una Operadora de turismo, todo esto asociando las preguntas de acuerdo a varios puntos como son: Oferta, Demanda, Motivación, Comportamiento, Preferencia, Marketing, precio, plaza y promoción.

#### **OFERTA**

La mayoría de los encuestados están de acuerdo con la implementación de una Operadora de Turismo en vista que el (36,74%) realizan viajes una vez por año, en muchos de los casos por necesidad y en otros por motivos de esparcimiento, relajación, educación y salud; el 13.95 % una vez por mes presentándose de esta forma una demanda por cubrir esta necesidad.

Sin embargo el porcentaje de viajeros es muy baja, lo cual implica que se debe lograr que este porcentaje se eleve a través de estrategias de oferta, facilidad y precios módicos, armando paquetes que les permitan a los clientes obtener los beneficios, cumplir con sus expectativas, influenciando para aumentar la frecuencia de viajes de los potenciales clientes, logrando mantener clientes consumidores y esto facilitará adentrar la empresa en el mercado competitivo.

## **DEMANDA**

### **Segmento**

El segmento de mercado para la implementación de la operadora de turismo en la Parroquia Catacocha del Cantón Paltas, comprende en su mayoría a personas que estudian en el nivel del bachillerato de los colegios del Cantón Paltas con el 64,95%, de los cuales 46.98% dependen de terceras personas para efectuar giras, paseos etc. Y en cuanto a los otros estudiantes que dependen en parte o en nada, también deben tomar en cuenta factores como vestimenta, alimentación, transporte del día a día pues esto también representa obstáculos al momento de realizar la compra de un producto o servicio.

### **MOTIVACIÓN**

En su gran mayoría de los encuestados les gustaría realizar viajes por motivos de entretenimiento (93.02%) y aunque el tema de los precios altos (51.16%) es su mayor obstáculo para viajar, muestran un gran interés en lo que es recorrer y conocer nuevos lugares siempre y cuando se tome en cuenta factores como cumplimiento, seguridad y comodidad.

### **PREFERENCIA**

De los 215 encuestados la mayoría tiene un gran aprecio, deseo e interés por conocer lugares turísticos ubicados en la parroquia Catacocha lo cual se demuestra con un gran porcentaje al momento de escoger al Shyriculapo como lugar de encanto (63.72%), pero también se debe tomar en cuenta que las casas patrimoniales, museos y la piedra del indio también suman un gran porcentaje por lo cual nos permitirá diseñar una ruta en la cual consten estos atractivos para agrado y satisfacción de todos.



## **MARKETING**

### **Producto**

La mejor manera para dar a conocer un producto o servicio sin duda es el medio audio visual, y en las encuestas se evidencia; por lo tanto los encuestados prefieren la oferta de productos y servicios por medio de la televisión en un (97,21%) y por medio del internet un (37,67%), realmente debemos tener presente que la tecnología hoy en día permite que se proporcione información de una manera rápida y eficiente.

Con los datos que hemos presentado anteriormente se hizo una estimación de la demanda real que existe en la parroquia Catacocha y las estrategias en cuanto a marketing y precios que se deben aplicar.

### **Plaza**

Al igual se evidencia entre los encuestados que la mayoría tiene una gran aceptación por ciudades grandes como son Quito (46,51%) y Guayaquil (48,83%) entre los cuales se puede crear rutas de gran interés para todos los gustos.

El 93.02 % de los encuestados debido a su edad están interesados en que el valor agregado al producto final esté enfocado en la diversión, por lo cual es necesario trabajar en estrategias de innovación del producto que permitan lograr llenar esas expectativas.

### **Precio**

La disponibilidad de pago que existe entre los estudiantes es un poco baja, ya que de los 215 encuestados el 66,98% está dispuesto a pagar lo mínimo por conocer algún lugar de interés, por lo cual debemos enfocarnos de igual manera en estrategias de precios y de innovación del producto para que de esta manera un viaje no se lo realice por el bajo costo sino más bien que se empiece a tomar en cuenta la satisfacción que obtendrá del mismo.

## **Promoción**

Catacocha es considerada una parroquia que cuenta con atractivos turísticos de interés, pero aún no se le ha dado el valor real por parte de empresas dedicadas al servicio y promoción de los mismos, es por tal razón que la mayoría de encuestados no han existido una visita de las Agencias de viajes y por ende no tienen conocimiento de lo que realizan. Para empezar a establecer en la mente de nuestros potenciales clientes necesitaremos estrategias de posicionamiento que le serán de mucha ayuda al momento de ingresar al mercado.

### **4.2.2 Interpretación de encuestas a los docentes de las instituciones públicas y privadas del cantón Paltas.**

Las encuestas aplicadas a los docentes de las diferentes instituciones educativas existentes en el cantón Paltas, han permitido determinar puntos de ayuda para la elaboración y desarrollo del proyecto de Factibilidad de la implementación de una operadora de turismo en la Parroquia Catacocha cantón Paltas.

## **OFERTA**

El 100% de los encuestados está de acuerdo con la creación de una operadora de turismo en la parroquia, por el aporte económico que brindará a la ciudad a más de buscar una empresa que ofrezca seguridad, precios accesibles y sobre todo que les permita realizar viajes organizados y que den como resultado descanso y gratificación.

## **MOTIVACIÓN**

En la gran mayoría de encuestados los viajes que realizan o desean realizar son por necesidad y descanso, en cuanto a precio no les preocupa pues debido a que la mayoría goza de buenos ingresos económicos (41.38%) pueden acceder a los diferentes productos turísticos que la empresa oferta.

## **PREFERENCIA**

En cuanto a la preferencia los encuestados al hablar a nivel de la parroquia Catacocha consideran que los atractivos dentro de la ciudad son dignos de conocer y llaman el interés (50%). Por otro lado a nivel nacional su sitio de elección favorito son regiones como la costa (77.59%), sierra (25.86%) y amazonía (34.48%), lo cual indica que la operadora estará presta a brindar paquetes turísticos de gran interés en su mayoría a la costa para satisfacción de los clientes.

## **MARKETING**

### **Producto**

Las características que los encuestados desean en el producto que la operadora va a brindar debe ser agradable y accesible a su economía (41.38%), sin dejar de lado la seguridad y el confort. Siendo así la operadora debe crear productos que permitan llenar las expectativas y que generen una imagen y marca en los clientes.

### **Plaza**

En cuanto a la plaza la mayoría de encuestados prefiere ciudades grandes como Guayaquil (76.72%) y Quito (18.97%), ciudades que mueven grandes masas de turistas debido a su belleza natural, cultural, paisajística. Por esta razón la empresa desarrollará paquetes que sean de interés para la mayoría de encuestados y de esta manera atraer cada día nuevos clientes mejorando la rentabilidad de la empresa y por ende de la comunidad.

### **Precio**

Los precios que la empresa va a establecer están medidos tanto por la capacidad de pago y la disponibilidad de pago.

En su gran mayoría dependiendo del producto que se oferta están dispuestos a pagar hasta 200 dólares (95.69%), por otro lado si las formas de pago se realizan mensualmente permite que más cliente se acomoden a cuotas cómodas y la empresa logra su objetivo el cual es vender paquetes y ganar clientes.

### **Promoción**

Para la promoción de la operadora de turismo es necesario realizar publicidad en este caso la mayoría desea la publicidad impresa (87.07%) la cual se la realizará dando a conocer las promociones que la empresa ofrece por viajar con la misma en este caso la promoción está enfocada a gratuidades de viaje (81.04%), esto dará más animo a los clientes a pedir información y conocer los productos y los beneficios que les brindan, permitiendo a la empresa insertarse y afianzarse en el mercado.

# DISCUSIÓN

## **4. DISCUSIÓN**

### **5.1 ESTUDIO DE MERCADO**

El objetivo del estudio de mercado es definir el producto o servicio; es decir servirá para establecer el nivel de aceptación de la operadora de turismo que tendrá en la parroquia Catacocha Cantón Paltas, y sobre todo ver cuál es la demanda del producto, a quien lo compra y cuanto se compra en el área donde está el mercado.

Una vez determinada la demanda se hace una estimación de la oferta y finalmente se llega a la demanda insatisfecha, la cual servirá para determinar la capacidad de venta de la empresa; todo esto será de ayuda para la construcción de una evaluación de factibilidad financiera de inversión.

#### **5.1.1 La oferta**

Es la competencia existente en el mercado, que ofrece los mismos productos en este caso viajes turísticos.

De acuerdo al estudio de mercado, actualmente en la parroquia Catacocha no se logró identificar empresas que ofrecieran el servicio de promocionar y vender los atractivos turísticos.

#### **Cálculo de la oferta**

En este sector no existen empresas dedicadas a la venta de tours y el atractivo turístico es asombroso, sobre todo para el llamado turismo de intereses especiales que incluye turismo rural, de aventura y ecoturismo, por lo tanto efectivamente existe la oportunidad de crear rutas alternativas en mencionado sector y ofrecer a los nichos de mercado que está enfocado en el proyecto.

En su gran mayoría los encuestados están deseosos de viajar y conocer otros lugares y de preferencia con empresas que ofrezcan seguridad y comodidad. Y la empresa por ser pionera, presentará facilidad de paquetes turísticos; de libre acceso en el mercado, ofreciendo productos innovadores que tengan una estrecha relación con los precios que se ofrecen en el mercado actual tanto a nivel de la provincia como en el país.

La empresa irá creando su propia historia como una de las primeras en el sector, lo cual le permita a futuro estar posicionada en la mente de los consumidores y que sea una empresa eficiente, emprendedora y generadora de calidad de buenos servicios a todos sus clientes.

Considerando que la empresa será la única que emprenderá su servicio, y de acuerdo al número de personas encuestadas, tomando en cuenta los 215 estudiantes del nivel de bachillerato de los colegios y los 116 docentes de escuelas, colegios y universidades, con un total de 331 personas encuestadas. Se hace hincapié que al tomar en cuenta la pregunta 18 de la encuesta aplicada a los docentes, manifestaron que ninguna operadora de turismo visitó sus instituciones para ofrecer paquetes turísticos.

Por tal razón al poner en marcha la Operadora de Turismo en la Parroquia Catacocha Cantón Paltas según las proyecciones realizadas y la promoción de buenos paquetes turísticos a nivel local y nacional, se tiene una buena demanda de clientes para sustento y crecimiento de la empresa.

### **5.1.2 La demanda**

La demanda es la necesidad de bienes o servicios que el consumidor está dispuesto adquirir por cierto valor y el cual le permita satisfacer total o en parte su necesidad.

Para calcular la demanda se escoge el segmento de mercado que son los estudiantes de los colegios del cantón Paltas (1242) y los docentes de escuelas, colegios y universidades(672) del cantón Paltas, los cuales se

encuentran en una disposición por realizar viajes de ocio en su gran mayoría como se denota en las encuestas aplicadas.

### 5.1.2.1 Demanda Potencial

La demanda potencial que existe en la parroquia Catacocha constituye el 100% determinado por la encuesta en la pregunta No 2 pues consideran necesaria la apertura de la Operadora de turismo para realizar viajes organizados, esto debido primeramente a la curiosidad de todo ser humano el cual lo impulsa a conocer nuevas cosas y nuevos lugares, por otro lado el cansancio de la rutina tanto de trabajo como de estudio ha logrado que cada vez se opte por salir a otros lugares con la intención de descansar y relajarse y con esto volver a su actividad diaria con mejor ánimo y más vitalidad.

Para realizar el cálculo de la demanda potencial proyectada se utilizó la fórmula que está posteriormente la cual se la aplicó con datos obtenidos de las encuestas, así mismo se aplicó la tasa estudiantil (10,97%) que fue obtenida del departamento de estadística de la Dirección de Educación Provincial de Loja. Y para el segmento de docentes se aplicará la tasa de crecimiento poblacional obtenida de datos del INEC.

Como los datos anteriormente mencionados son del censo del 2009 se ha utilizado la fórmula para proyectar valores hasta el 2011 y de ahí en adelante se proyecta para los 10 años de vida útil de la empresa, los cuáles se verán reflejados en el cuadro No2

$$Vp = Va * (1 + i)^n$$

**Datos estudiantiles:**

**Mercado objetivo:** 1242

**Tasa (i):** 10.97

**n:** 10 años

**1242 \* 100%= 1242**

**Datos de la población:**

**Mercado objetivo:** 672

**Tasa (i):** 1.7

**n:** 10 años

**672\*100%=672**



### 5.1.2.2 Demanda Real

Es la cantidad real de compra de un producto o servicio.

La demanda real existente en la parroquia Catacocha se define por medio del porcentaje obtenido en la pregunta 2 de la encuesta aplicada tanto a los estudiantes del cantón Paltas como a los docentes de las instituciones educativas del cantón Paltas, la cual nos dio los siguientes resultados el 93.02% de los estudiantes están dispuestos a comprar paquetes turísticos en la operadora así mismo el 95.69% de los docentes están dispuestos a comprar paquetes turísticos en la operadora de turismo.

Proyección de demanda real (ver cuadro No 2)

$$Vp = Va * (1 + i)^n$$

**Datos:**

**Mercado objetivo:** 1242

**Tasa (i):** 10.97 (2009)

n: 10 años

**1242 \* 93.02% = 1155.31**

**Datos:**

**Mercado objetivo:** 672

**Tasa (i):** 1.7

n: 10 años

**672\*95.69%= 643.04**

### 5.1.2.3 Demanda Insatisfecha

Es la demanda en la cual el público no ha logrado acceder al producto y/o servicio y en todo caso si accedió no está satisfecho con él. En este caso la demanda insatisfecha se da por la falta de oferta en cuanto a viajes turísticos por la no existencia de empresas dedicadas a la venta de productos y servicios turísticos.

En el siguiente cuadro de proyecciones se presenta valores proyectados a los 10 años de vida útil de la empresa, la demanda insatisfecha corresponde a la sumatoria de la demanda real estudiantil y la de docentes de instituciones educativas.

**Cuadro No 2**

<b>CUADRO DE PROYECCIONES</b>						
<b>ANOS</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL ESTUDIANTIL</b>	<b>DEMANDA POTENCIAL DE EMPLEADOS PÚBLICOS Y PRIVADOS</b>	<b>DEMANDA REAL ESTUDIANTIL</b>	<b>DEMANDA REAL DE DOCENTES DE INSTITUCIONES EDUCATIVAS</b>	<b>OFERTA</b>	<b>DEMANDA INSATISFECHA</b>
2010	1378	683	1282	654		
2011	1529	695	1422	665		
2012	1697	707	1578	676	0	2254
2013	1883	719	1751	688	0	2439
2014	2090	731	1944	700	0	2644
2015	2319	744	2157	711	0	2868
2016	2574	756	2393	724	0	3117
2017	2856	769	2656	736	0	3392
2018	3169	782	2947	748	0	3695
2019	3517	795	3271	761	0	4032
2020	3903	809	3629	774	0	4403
2021	4331	823	4028	787	0	4815

**Autor:** Magaly Tandazo

**Fuente:** INEC, Dirección Provincial de Educación de Loja

## **5.2 PLAN DE MARKETING**

El plan de marketing es un instrumento de comunicación plasmado en un documento escrito que describe con claridad lo siguiente:

- 1) La situación de mercadotecnia actual.
- 2) Los resultados que se esperan conseguir en un determinado periodo de tiempo.
- 3) el cómo se los va a lograr mediante la estrategia y los programas de mercadotecnia.
- 4) los recursos de la compañía que se van a emplear y
- 5) las medidas de monitoreo y control que se van a utilizar.

### **5.2.1 COMPONENTES DEL PLAN DE MARKETING**

Se compone de 4 P's que consisten en: Producto, Precio, Plaza (distribución) y Promoción

### 5.2.1.1 Producto

La Operadora de Turismo ofrecerá una gran variedad de productos turísticos, con la finalidad de lograr promocionar los atractivos que la parroquia posee, los productos estarán realizados con una excelente calidad en cuanto a las características del servicio que incluyen los mismos, para de esta manera crear una marca de excelencia en la mente de los clientes.

A continuación se muestra el logo y nombre con el cual se distinguirá tanto a la empresa como los productos que oferta.



Figura No:2

Logo y nombre de la empresa

Autor:Magaly Tandazo Fuente:galería de petroglifos de Loja UTPL

Para este logo se ha escogido 2 símbolos representativos del cantón Paltas primero el petroglifo de la PIEDRA DEL SOL, que es el símbolo del lugar donde se asentó la cultura Palta quienes al igual que los Incas rendían culto al sol y el segundo el SHYRICULAPO una roca que cuenta con una excelente vista, sobre ésta se han contado las más grandes leyendas que llaman a atención.

En cuanto al nombre se lo ha escogido por la toponimia del nombre de Catacocha que significa CATAY = aquí y COCHA laguna, y por lo general tanto para agencias de viajes como para operadoras de turismo TRAVEL es una frase que las distingue se ha hecho la unión de estas dos palabras quedando CATAYTRAVEL OPERADORA DE TURISMO.

El logo posee colores vivos como el verde que representa la naturaleza, la flora y fauna existentes en el cantón Paltas, de igual manera se tiene el color naranja marrón es un color que se utiliza para llamar la atención a la vista del cliente por su colorido y combinado con el amarillo hacen un excelente

contraste por otro lado este color representa la tierra y color de la misma del cantón Paltas. El color azul en las letras se lo asocia con tranquilidad y frescor que es el mensaje que la operadora pretende transmitir.

- **PRODUCTO PRINCIPAL**

Los productos principales buscarán garantizar que la inversión que se realiza será recompensada por las características del producto, buscando atraer cada vez nuevos clientes, tomando en cuenta preferencias, motivaciones, aspectos determinados en las encuestas aplicadas a los estudiantes como a los docentes de las instituciones educativas del cantón Paltas.

Dentro de los productos que se ofrecerán a continuación se detalla cada uno de ellos por sector:

- **CANTÓN PALTAS**

El cantón es cálido, tiene aroma permanente a frutas. Huele a mangos, zapotes, chirimoyas, a naranjas etc. Esos olores se impregnaron en el pueblo desde hace siglos, cuando la tribu de los Paltas (pueblo originario de la Amazonía), de los Andes se asentó en este territorio lojano, de tierra fértil, abundante agua, varios pisos ecológicos, clima benigno y bosques exuberantes.

Catacocha, poseedora de una gran belleza paisajística, arqueológica y pictográfica tiene una importancia histórica y proporciona un deleite espiritual a todo viajero por esta razón ha sido elegido para formar parte del desarrollo turístico de la región sur del Ecuador. Por tal razón es necesario crear un circuito turístico en la parroquia para explotar turísticamente esta riqueza y belleza tanto turística, ecológica como cultural.

## TOUR CATACocha Y LOURDES CULTURAL

<b>Número de personas:</b>	15 pax.
<b>Número de días:</b>	2 horas y 50 minutos
<b>Costo del paquete:</b>	Precio por pax 14.14 USD
<b>Recomendaciones para el viaje:</b>	Respetar las normas de seguridad, higiene y protección ambiental y seguir las instrucciones del (los) guía(s)

### **Día 1:**

09:00	Salida hacia el parque La Madre
09:15	Visita al Museo Joaquín Liébana Calle
09:30	Visita a la Iglesia Lourdes
09:40	Visita a la Iglesia Matriz y Municipio del cantón Paltas (charla y compra de artesanías)
10:00	Visita al monumento del cóndor
10:10	Visita al monumento del Indio Paltas
10:20	Lunch
11:00	Visita al Balcón Paltense
11:15	Visita al monumento Hno. Monseñor Jorge Guillermo Valarezo y Obelisco 3 de diciembre.
11:30	Visita al Shyriculapo
12:00	Visita al mirador del cementerio.
12:05	Retorno a la oficina de la empresa

Fin de los servicios

### **No incluye**

- ✓ Llamadas telefónicas
- ✓ Bares
- ✓ Platos a la carta
- ✓ Y lo que no incluye el itinerario

CATAY TRAVEL operadora de turismo, está ubicada en la calle Reinaldo Agila.

- **Presupuesto:**

El valor del circuito se dará de la siguiente manera 3.57 dólares por pax para transportarlos durante el recorrido; se cobrará un refrigerio que constará de lo que deseen los clientes, que tenga un valor de dos dólares con cincuenta centavos, en cuanto al guía cobra 15 dólares por recorrido lo cual da un total de 1 dólar por pax, en cuanto al porcentaje de ganancia de la empresa será del 100% por ser nueva en el mercado y permita recuperar la inversión. Todo esto nos da un total de 14.14 dólares los cuales están en el intervalo de preferencia de los clientes detallado en las encuestas.

**Cuadro No 3**

<b>PRESUPUESTO DE PAQUETE A CATACocha</b>		
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>VALOR PAX</b>	<b>VALOR PAQUETE</b>
TRANSPORTE	3.57	53.55
REFRIGERIO	2.5	37.5
GUIANZA	1	15
<b>TOTAL</b>	<b>7.07</b>	<b>106.5</b>
COMISIÓN	7.07	106.5
<b>PRECIO DE VENTA</b>	<b>14.14</b>	<b>213</b>

**Autor:** Magaly Tandazo

**Fuente:** Información primaria

- **RUTA COSTA Y SUS PLAYAS**

De norte a sur, bellas playas se muestran el pacífico ecuatoriano junto a puertos, poblaciones pesqueras, ciudades modernas y bosques protegidos. A continuación se presenta un itinerario del producto que CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO venderá.

### **PROVINCIA DE EL ORO**

El Oro es una provincia diversa y cálida como su gente, de exuberantes paisajes, de manglares, esteros, archipiélagos, y hacia su región Andina encontramos subtrópico, bosques secos y antiplanos.

## TOUR MACHALA

<b>Número de personas:</b>	25 pax.
<b>Número de días:</b>	3 días y 2 noches
<b>Costo del paquete:</b>	Precio por pax 94,42 USD
<b>Recomendaciones para el viaje:</b>	Respetar las normas de seguridad, higiene y protección ambiental y seguir las instrucciones del (los) guía(s)

### Día 1:

06:00	Salida a la ciudad de Portovelo
07:10	Arribo a Portovelo
07:30	Desayuno
08:00	Visita al Museo Mineralógico Magner Turner
11:00	Salida a Zaruma
11:05	Recorrido a la arquitectura de Zaruma
13:00	Almuerzo
13:30	Visita a la mina Turística El Sexmo
15:30	Salida a la ciudad de Machala
16:52	Arribo a la ciudad de Machala
17:00	Alojamiento en el Hotel
19:00	Cena
20:00	Noche Libre

### Día 2:

08:00	Salida a Jambelí
08:35	Arribo a Jambelí
09:00	Desayuno Costeño
09:30	Mañana playera
12:00	Almuerzo en la playa
12:30	Retorno a Machala
15:00	Compras en el centro de Machala
19:00	Cena
20:00	City tour en Machala

✓

- ✓ Parque Central
- ✓ Iglesia Catedral
- ✓ Paseo Cultural Diego Minuche Garrido
- ✓ Parque Tanque Rojo
- ✓ Parque lineal
- ✓ Parque buenos Aires
- ✓ Parque infantil temático acuático de Puerto Bolívar
- ✓ Parque Ismael Pérez Pazmiño
- ✓ Parque temático los Picapiedras
- ✓ Paseo de la juventud

00:30 Regreso al hotel

**Día 3:**

08:00 Desayuno y check out del hotel

09:00 Salida a la Isla del amor

09:20 Caminata por la Isla del amor

10:30 Salida a la Isla Santa Clara

12:30 Refrigerio en la Isla Santa Clara

12:30 Avistamiento de atractivos en la Isla Santa Clara

- ✓ Restos fósiles
- ✓ Delfín Nariz de Botella
- ✓ Observación de Ballenas Jorobadas

15:00 Regreso a la ciudad de Machala

17:00 Salida de Machala a la ciudad de Catacocha

19:30 Arribo a la ciudad de Catacocha

Fin de los servicios

**No incluye**

- ✓ Llamadas telefónicas
- ✓ Bares
- ✓ Platos a la carta
- ✓ Y lo que no incluye el itinerario

CATAY TRAVEL operadora de turismo, está ubicada en la calle Reinaldo Agila.

Teléfonos 2683035 / 084351113



**Cuadro No 4**

<b>TABLA DE COSTOS DE TOUR A MACHALA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO POR PAX</b>	<b>TOTAL A PAGAR 25 PAX</b>
Transporte		21,60	540
Alimentación	desayunos (3)	6,00	150
	almuerzo (2)	4,00	100
	Cena (2)	5,50	137,5
Hospedaje	2 noches	16,00	400
City tour		15,00	375
Entrada al museo		0,50	12,5
Recorrido en Zaruma(guia)		0,80	20
Ingreso a la Isla Sta. Clara		1,00	25
Canoa	2 días	10,00	250
Refrigerio		1,00	25
<b>Precio de la Mayorista</b>	<b>Suman</b>	<b>81,40</b>	<b>2035</b>
16% para la operadora		13,02	325,6
Precio de venta	<b>TOTAL</b>	<b>94,42</b>	<b>2360,6</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información primaria

**DETALLE DE COSTOS DE VIAJES**

El transporte por día cuesta 180.00 dólares multiplicado por los 3 días tiene un valor total de 540 dólares, la alimentación tiene un valor de 387,5 dólares, el hospedaje por dos noches es de 400 dólares. El city tour tiene un valor de 15 dólares a bordo de una chiva turística, la entrada al Museo Mineralógico Magner Turner es de 50 centavos por pax dando un total de 12, 5 dólares por 25 pax, el ingreso a la Isla Santa Clara tiene un valor de 1 dólar, la transportación a la isla se la realiza en canoa que tiene un valor de 5 dólares por día, durante la transportación a la Isla Santa Clara se ofrecerá un refrigerio que tiene un valor de 1,00, la sumatoria de todo esto da 81,40 dólares el cual es el precio que la mayorista le vende a la Operadora de Turismo CATAY TRAVEL, más el 16% de porcentaje que se gana la Operadora el precio total de venta del producto es de 94,42 por pax y de 2360,6 el total de 25 pax.

- **RUTA “LA MAGESTUOSIDAD DE LOS VOLCANES”**

En la mítica cordillera de los Andes reposan volcanes de más de cinco mil metros de altura, con nieves perpetuas y glaciares de hielo milenarios, los Andes es una gran avenida que recorre sorprendentes páramos, valles, pueblos y ciudades ricas en historia cultural.

La sierra del norte ofrece un escenario magnífico de volcanes, lagos brillantes y colinas cubiertas de campos que parecen a un patchwork. Uno de los primeros sitios importantes es el volcán Cayambe (5790m), cruzado por la línea ecuatorial. Desde esta cumbre nevada, uno tiene vistas a la ciudad con el mismo nombre, que ha cobrado importancia por las plantaciones de rosas. La industria de flores es el cuarto exporte más importante de Ecuador.

### **PROVINCIA DE AZUAY**

La provincia del Azuay es un emporio de artesanías. Esto se debe a que su gente está dotada de una gran habilidad.

La artesanía que va desde la antigua actividad del tejido de sombrero de paja toquilla, hasta la elaboración de finas joyas en oro y plata.

### **TOUR CUENCA**

<b>Número de personas:</b>	25 pax.
<b>Número de días:</b>	2 días 1 noche
<b>Costo del paquete:</b>	Precio por pax 78,18 USD
<b>Recomendaciones para el viaje:</b>	Respetar las normas de seguridad, higiene y protección ambiental y seguir las instrucciones del (los) guía(s)

#### **Día 1:**

04:00	Salida a la ciudad de Cuenca
10:00	Arribo a la ciudad de cuenca
10:10	Alojamiento y desayuno en el hotel MACONDO

- 11:00 city tour full day con almuerzo
- ✓ Antigua casa Bional
  - ✓ Iglesia y parque San Blas
  - ✓ Casas de la época colonial y republicana
  - ✓ Río Yanuncay
  - ✓ El barranco
  - ✓ Parque Arqueológico Pumapungo
  - ✓ Mirador Turi

20:30 Cena

21:00 Noche Libre

**Día 2:**

08:00 Desayuno en el hotel (checkout)

09:00 Traslado a Gualaceo

09:15 Visita Museo de Gualaceo

09:50 salida a Chordeleg

10:00 Compras en Chordeleg

11:00 viaje y caminata a las Tres Lagunas

18:50 Retorno a la ciudad de Cuenca

20:00 Cena

20:30 Retorno Loja- Catacocha.

02:00 Arribo a la ciudad de Catacocha

Fin de los servicios

**No incluye**

- ✓ Llamadas telefónicas
- ✓ Bares
- ✓ Platos a la carta
- ✓ Y lo que no incluye el itinerario

CATAY TRAVEL operadora de turismo, está ubicada en la calle Reinaldo Agila.

Teléfonos 2683035 / 084351113

**Cuadro No 5**

<b>TABLA DE COSTOS DE TOUR A CUENCA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>		<b>COSTO POR PAX</b>	<b>TOTAL</b>
Transporte		14,40	360
Alimentación	desayunos (2)	4,00	100
	Almuerzo	2,00	50
	Cena (2)	6,00	150
Hospedaje		8,00	200
City tour		18,00	450
caminata las Tres Lagunas		15,00	375
<b>Precio de la Mayorista</b>	<b>Suman</b>	<b>67,40</b>	<b>1685</b>
16% para la operadora		10,78	269,6
Precio de venta	<b>TOTAL</b>	<b>78,18</b>	<b>1954,6</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información primaria

**DETALLE DE COSTOS DE VIAJES**

El transporte por día cuesta 180.00 dólares multiplicado por los 2 días tiene un valor total de 360 dólares, el desayuno tiene un valor de dos dólares que no están incluidos en el hospedaje por tanto tiene un valor total de cuatro dólares los dos días, la almuerzo de igual manera tiene un valor de dos dólares y el segundo día el almuerzo está incluido en la caminata a la tres Lagunas, las cena tiene un valor de tres dólares por tanto el valor total por los dos días es de seis dólares.

El city tour se lo contrata al dueño de las chivas que están en funcionamiento y tiene un valor de 18 dólares de igual forma la caminata a las Tres Lagunas se contrata en la Junta Parroquial de Chordeleg la cual tiene un costo de quince dólares incluido el guía.

- **RUTA “LA AMAZONÍA EN SU TOTALIDAD”**

Desde la numerosa e intensa vegetación de la Amazonía, se descubren volcanes como el Sangay y El Altar con sus numerosas y afiladas cumbres. Reservas y parques nacionales son el hogar de más de 600 especies de peces, también conviven anacondas, boas constrictor, tortugas, lagartos, jaguares etc. Aquí se alberga la mayor diversidad de animales y plantas.

Para gozar de un clima húmedo tropical como lugares selectos tenemos Morona Santiago, Pastaza y Napo.

## **PROVINCIA DE ZAMORA CHINCHIPE**

La riqueza turística, está en la vegetación de la selva amazónica que ofrecen una vista panorámica de la urbe y el callejón del río Bombuscaro.

Su variedad en la flora y fauna de bellas y raras especies se complementa con escenarios llenos de chorreras, cascadas, cauces caudalosos y senderos hechos por la mano del hombre.

### **TOUR ZAMORA CHINCHIPE**

<b>Número de personas:</b>	25 pax.
<b>Número de días:</b>	2 días una noche.
<b>Costo del paquete:</b>	Precio por pax USD
<b>Recomendaciones para el viaje:</b>	Respetar las normas de seguridad, higiene y protección ambiental y seguir las instrucciones del (los) guía(s)

#### **Día 1:**

06:00	Salida a la ciudad de Zamora Chinchipe. Avistamiento de la cascada Manto de la Novia Avistamiento de la cascada “Chorrillos” Avistamiento de la cascada “La Rosa”
09:00	Arribo a la ciudad de Zamora Chinchipe
09:10	Desayuno
09:40	Charla de la historia de Zamora Chinchipe
10:30	Recorrido por la ciudad: ✓ Reloj Gigante ✓ Monumento a Naya o “La Chapetona” ✓ Orquidiario “La Paphinia” ✓ Refugio Tzanca
12:00	Almuerzo

12:30 Salida a Yantzaza  
01:10 Alojamiento en hotel  
13:30 Visita al almacén artesanal  
14:30 Descanso en el complejo recreacional municipal  
16:00 Salida a la parroquia Chicaña  
16:15 Caminata al sector de las cavernas  
18:00 Visita al sector de San José de Quiringue  
18:30 Regreso al Hotel  
20:00 Cena  
20:30 Noche libre

**Día 2:**

06:00 Desayuno  
07:00 Salida a Puerto de las Orquídeas  
Navegación en bote por el río Nangaritzza  
Visita a la “Cascada de los Dioses”  
Observación del “Encañonado de Miazí”  
Observación de “Conchas Petrificadas”  
Observación del “Encañonado de Shaim”  
Navegación por el río “Numpat – Akaim”  
Visita a los “Laberintos de las mil ilusiones”  
Observación de la flora de la región.  
18:00 Retorno a la ciudad de Yantzaza  
19:00 Cena  
19:30 Checkout y Salida a la ciudad de Catacocha.  
12:00 Arribo a la ciudad de Catacocha

Fin de los servicios

**No incluye**

- ✓ Llamadas telefónicas
- ✓ Bares
- ✓ Platos a la carta
- ✓ Y lo que no incluye el itinerario

CATAY TRAVEL operadora de turismo, está ubicada en la calle Reinaldo Agila.

Teléfonos 2683035 / 084351113

Cuadro No 6

TABLA DE COSTOS DE TOUR A ZAMORA CH.			
DESCRIPCIÓN		COSTO POR PAX	TOTAL A PAGAR 25 PAX
Transporte	2 días	16,00	400
Alimentación	desayunos (2)	4,00	100
	almuerzo (1)	2,00	50
	Cena (2)	8,00	200
Hospedaje	1 noche	12,00	300
complejo recreacional		0,60	15
renta bote		4,00	100
Guía		0,80	20
entrada Orquidiario		1,00	25
entrada Tzanca		1,00	25
<b>Precio de la Mayorista</b>	<b>Suman</b>	<b>49,40</b>	<b>1235</b>
16% para la operadora		7,90	197,6
Precio de venta	<b>TOTAL</b>	<b>57,30</b>	<b>1432,6</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información primaria

## DETALLE DE COSTOS DE VIAJES

El bus por el día tiene un valor de 200 dólares, la alimentación es normal excepto por las cenas que se servirán comidas típicas del lugar como ancas de rana, Tilapia etc. Tiene un valor total de 350, el hospedaje tiene un valor de 300 dólares, entre el complejo y las entradas tanto al Orquidiario como a Tzanca tiene un valor de 65 dólares, la renta del bote es de 50 dólares para un grupo de 15, como son dos grupos tenemos la cantidad de 100 dólares el valor del guía es de 20 dólares. El total con el 16% de ganancia para la operadora es de 57.30 dólares por pax y de 1432, 60 dólares los 25 pax.

### 5.2.1.2 Precio

El precio que se asigna al producto determina la imagen de la empresa pues si se oferta productos baratos se da impresión de mala calidad si es demasiado elevado no es accesible para los habitantes del sector, es por esta razón que para determinar el precio se toma en cuenta lo siguiente:

- Las políticas de la Mayorista HDP, la cual proporciona paquetes turísticos a la operadora y por la venta de los mismos la empresa gana el 16% por cada producto que vende.
- De acuerdo a la economía del cantón
- Se optimiza recursos para efectuar menos egresos posibles y obtener un mayor porcentaje de utilidad.
- Se trabaja con mayoristas debido a que los proveedores con los que trabaja ofrecen servicios a menor precio por cierta cantidad de pax (hoteles, restaurants, transporte etc.)

**Cuadro No 7**

TABLA DE PRECIOS PARA PRODUCTOS DE COSTA, SIERRA Y AMAZONÍA		
PRODUCTO	PRECIO DE VENTA DE LA MAYORISTA	PRECIO DE VENTA DE LA EMPRESA CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO
COSTA	81.40	94.42
SIERRA	67.40	78.18
AMAZONÍA	49.40	57.30

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información primaria

### 5.2.1.3 Plaza

Los productos que la empresa CatayTravel Operadora de Turismo oferta, se desplaza hacia el consumidor de la siguiente manera:

A través de una intermediaria como son las distintas agencias de viajes existentes en la provincia, y la venta directa al cliente.

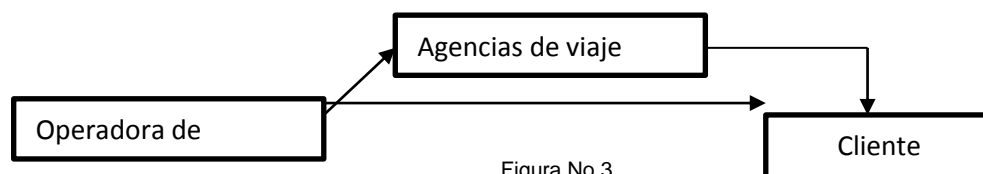


Figura No 3  
Canales de Distribución  
Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: propia



#### 5.2.1.4 Promoción

La promoción se la realiza primeramente a través de hojas volantes que se las efectuara cada seis meses durante el año, con un valor de 12 dólares las 100 hojas.

Por otro lado se realiza un contrato anual de cuñas radiales incluido la elaboración de la misma, con la emisora de radio más escuchada en el cantón CATACUCHA STEREO, esto tiene un costo de 80 dólares mensuales dando un total de 960 dólares anuales.

**Cuadro No 8**

<b>PUBLICIDAD</b>					
<b>MEDIO DE COMUNICACIÓN</b>	<b>DÍAS O FRECUENCIA</b>	<b>HORARIO</b>	<b>VALOR SEMANAL</b>	<b>VALOR MENSUAL</b>	<b>VALOR ANUAL</b>
CATACUCHA STEREO	Todos los días	horarios alternos	21	80	<b>960</b>
HOJAS VOLANTES	100 hojas volantes 2 veces por año				<b>24</b>

**Autor:** Magaly Tandazo

**Fuente:** radio CatacochaStereo, Imprenta Arrobo

### 5.3 ANÁLISIS TÉCNICO

El estudio de la ingeniería en el proyecto abarca la descripción técnica del producto, su incidencia ambiental, la escogencia del proceso de producción, instalaciones, maquinaria y equipo e insumos a utilizar en la elaboración del producto.

#### 5.3.1 Macrolocalización

La provincia de Loja se encuentra ubicada en la zona sur centro del Ecuador, tiene una superficie de 11.730 km<sup>2</sup>, altitud 2100m.s.n.m., una temperatura promedio de 17° C.

Loja cuenta con vías de acceso tanto terrestres como aéreas, para llegar por vía aérea se cuenta con el aeropuerto Camilo Ponce Enríquez ubicado en Catamayo, a 35 kilómetros (aproximadamente 45 minutos). En el trayecto de Catamayo a Loja, se lo hace por vía terrestre.

Por vía terrestre, existe el Terminal Terrestre “Reina del Cisne” para el transporte nacional e internacional.

Cuadro de distancias en kilómetros desde la ciudad de Loja y principales ciudades del país:

**Cuadro No 9**

CUADRO DE DISTANCIAS			
	LOJA	QUITO	GUAYAQUIL
LOJA		647	415
QUITO	647		420
GUAYAQUIL	415	420	

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información primaria

Cuadro de distancias en kilómetros desde la ciudad de Loja hacia los cantones:

**Cuadro No 10**

<b>CUADRO DE DISTANCIA LOJA HACIA LOS CANTONES</b>	
Cabecera cantonal	Distancia a la ciudad de Loja
Cariamanga	111 Km.
Catamayo	38 Km.
Celica	150 Km.
Olmedo	100 Km.
Chaguarpamba	117 Km.
Amaluza	176 Km.
Gonzanamá	81 Km.
Macará	195 Km.
Catacocha	97 Km.
Pindal	212 Km.
Alamor	260 Km.
Quilanga	101 Km.
Saraguro	60 Km.
Sozoranga	159 Km.
Zapotillo	220 Km.

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información primaria

Las aerolíneas que llegan a Loja Actualmente son TAME y Saereo.

Por otro lado Loja cuenta con lugares turísticos, excelente comida, servicios básicos que permiten la comodidad de todo visitante, además su moneda es el dólar facilitando el consumo efectuado durante su desplazamiento.



Figura No 4  
Macrolocalización

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: [Ghttp://www.zonu.com/fullsize1/2011-11-09-14878/Mapa-de-Loja-2010.html](http://www.zonu.com/fullsize1/2011-11-09-14878/Mapa-de-Loja-2010.html)

### 5.3.2 Microlocalización

El cantón Paltas se encuentra ubicado a 98 km de la ciudad de la ciudad de Loja, a una altitud de 1840 m.s.n.m, con una temperatura promedio de 15° Centígrados.

Se determinó que Catacocha sea el lugar para efectuar el proyecto, por tener todos los servicios básicos y necesarios para la empresa sobre todo tomando en cuenta que existe transporte y vías en excelente estado.

Una vez elegida la ciudad de Catacocha como la mejor alternativa, la ubicación final dependerá del área que disponga los servicios básicos:

- Agua
- Energía eléctrica
- Vías de comunicación
- Teléfono
- Internet

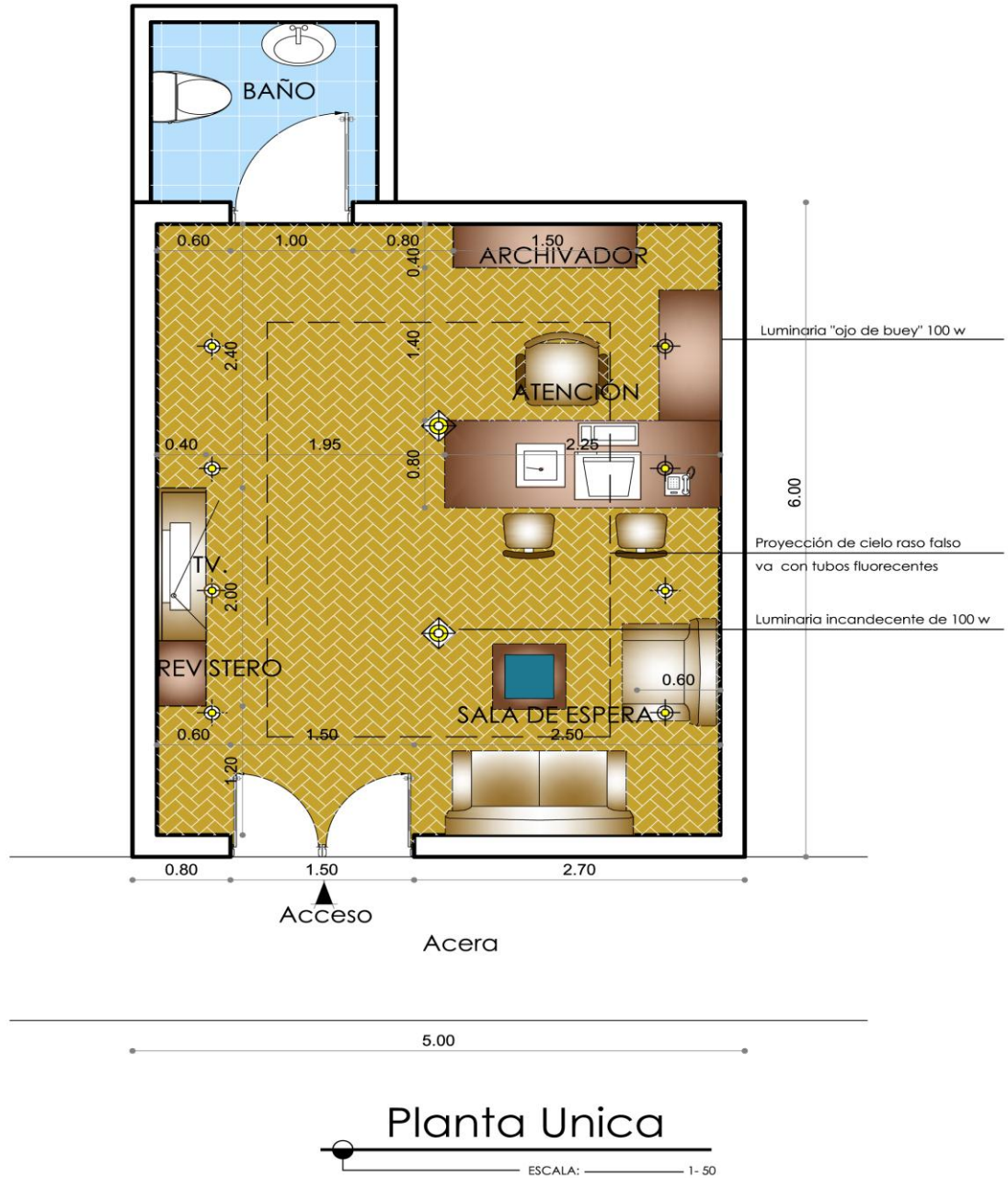
Por tal motivo la empresa se encontrará ubicada en el barrio El Progreso Alto en la calle Reinaldo Agila junto al centro gediátrico Catacocha, debido a que se dispone de un local familiar en arriendo por parte del titular del proyecto el cual consta con los servicios básicos suficientes para el funcionamiento de la empresa.



Figura No 5  
Microlocalización  
Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: Empresa Eléctrica Regional del Sur

### 5.3.3 INGENIERÍA DEL PROYECTO

#### 5.3.3.1 Diseño arquitectónico de la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.




	ADECUACIÓN OFICINA CATAY TRAVEL - OPERADORA DE TURISMO	PLANTA UNICA	LAM:
	RESPONSABLE: Arq. Patricia Romero Andrade	PROPIETARIO: Srta. Magaly Tandazo	<b>1/1</b>

Figura No 6  
 Diseño Arquitectónico de la oficina CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.  
**Autor:** Arq. Patricia Romero Andrade  
**Fuente:** Arq. Patricia Romero Andrade

### 5.3.3.2 Implementación

El espacio que ocupa la oficina de la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA., es de; 30m<sup>2</sup> de superficie.

Las readequaciones para brindar atención de calidad es la siguiente:

**Cuadro No 11**

READECUACIONES PARA LA OFICINA				
Unidades	Descripción de los Artículos	Unidad	Precio/U.	P. total
30	Alisado con mortero 1:2	m2	2,40	72,00
52	Enlucido vertical paleteado fino con mortero 1:3	m2	4,20	218,40
52	Empastados paredes interiores	m2	2,40	124,80
52	Pintura interior	m2	2,00	104,00
11	Pintura exterior	m2	2,00	22,50
18	Barredera de madera	m	3,00	53,70
3	Arreglo de puertas	u	15,00	45,00
32	Parquet	m2	18,50	592,00
10	Iluminación con tubo fluorescente	punto	21,30	213,00
2	Reubicación de iluminación interior	punto	18,50	37,00
8	Iluminación con ojos de buey	punto	29,80	238,40
30	Cielo raso de gypsum	m2	15,00	450,00
10	Limpieza final de la obra	m2	1,95	19,50
<b>TOTAL</b>				<b>2.190,30</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Pelicano, Importadora Loaiza

La readequación del local se la realiza de la siguiente manera:

Primeramente se alisa con mortero 1:2 toda la superficie del local, debido a que el piso es de tierra, luego se coloca el parquet para dar una estética a la oficina seguida de las barrederas.

El enlucido vertical paleteado fino servirá para dar uniformidad y una correcta verticalidad, y así terminado esto, las paredes estarán planas, lisas uniformes y perfectas en toda su extensión sin falla de ninguna clase.

En el tumbado se repondrá elementos de la estructura deteriorados e inmediatamente se ubicará cielo raso de gypsum.

La luminaria que se utiliza es debido a que la única entrada de luz que posee la oficina es a través de la puerta, por esta razón es necesaria tanto la luminaria con ojos de buey como la incandescente de 100 w.

El trabajo de pintura interna y externa se realiza sobre el enlucido de las paredes nuevas, los colores son pasteles para dar un aspecto de tranquilidad, frescor y sobre todo de amplitud en la oficina.

Finalmente se realiza la limpieza de la oficina para el ingreso de los muebles.

Cuenta con muebles para sala de star en color beige para contrastar con el parquet, un escritorio para la atención al cliente, un archivador para todos los documentos de importancia para la empresa un revistero que constará con trípticos, revistas y guías de los diferentes atractivos que posee el Ecuador y finalmente un televisor para entretenimiento de los clientes.

Los equipos de cómputo son de utilidad para almacenar archivos referentes a lugares de interés y de igual manera sirven para transcribir los paquetes turísticos, es de una excelente marca para mejor funcionamiento en el trabajo de igual manera la impresora tiene una excelente calidad en cuanto a impresión, la cámara fotográfica, flash memory son equipos que dan apoyo al excelente trabajo que la operadora brindará.

Los servicios complementarios estarán dispuestos para cualquier tipo de emergencia que se pueda efectuar en la oficina.

Cuadro No 12

EQUIPOS DE CÓMPUTO			
Unidades	Descripción de los Artículos	Precio/U.	Precio/T
1	impresora Epson Stylus TX200	110,40	110,40
1	cámara fotográfica	120,00	120,00
1	portatil hp	950,00	950,00
1	Flash Memory 4 GB. LG	14,00	14,00
<b>Total</b>		---	<b>1.194,40</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Celcos

**Cuadro No 13**

MUEBLES Y ENSERES			
Unidades	Artículo	Precio/U.	Precio/T
1	Televisor	230,00	230,00
1	Teléfono fax	45,00	45,00
1	muebles de sala de star	594,00	594,00
1	revistero	200,00	200,00
1	escritorio	150,00	150,00
1	archivador	100,00	100,00
2	sillas	40,00	80,00
<b>Total</b>		---	<b>1.399,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Todo Hogar

**Cuadro No 14**

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS			
Unidades	Descripción de los Artículos	Precio/U.	Precio/T
1	Botiquín de primeros auxilios "Handsaplas"	10,00	10,00
1	Extintor de fuego de 5k.	17,50	17,50
<b>Total</b>		---	<b>27,50</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Farmacia cruz azul, Ferretería EL Conde

**5.3.3.3 Decoración exterior e interior**

La decoración se la realiza desde afuera hacia adentro, empezando por ubicar el rótulo con el logo y slogan de la empresa.

Dentro de la oficina se colocará un reloj y dentro del baño un espejo decoración suficiente y necesaria para la oficina.

**Cuadro No 15**

ARTÍCULOS DECORATIVOS			
Unidades	Descripción de los Artículos	Precio/U.	Precio/T
1	Espejo baño	5,00	5,00
1	Reloj	4,00	4,00
1	Rotulo 3m X 1 m.	150,00	150,00
<b>Total</b>		---	<b>159,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Celcos

**5.3.3.4 Flujo de procesos**

En una representación gráfica se denotará los pasos a seguir para optimizar recursos, tiempo y brindar una información acertada y completa.



A continuación se presenta los procesos de:

- **Recibimiento de los clientes y venta de productos.**

1. Inicio
2. El cliente se pone en contacto con el counter, ya sea en forma telefónica o personal (5 min.)
3. El counter le brinda la información necesaria sobre los diferentes paquetes turísticos, formas de pago y datos generales del viaje. (10 min)
4. El cliente decide si compra (5 min) si no compra termina el proceso.
5. Se efectúa la venta del paquete tomando datos de cuantas personas viajan. (5 min)
6. Se emite itinerarios ya sea impresos o vía internet. (15 min)
7. Recibe pagos y entrega facturas. (1 min)
8. Verifica que las empresas estén listas para recibir al cliente en los días previstos del viaje. (3 horas)
9. Fin.

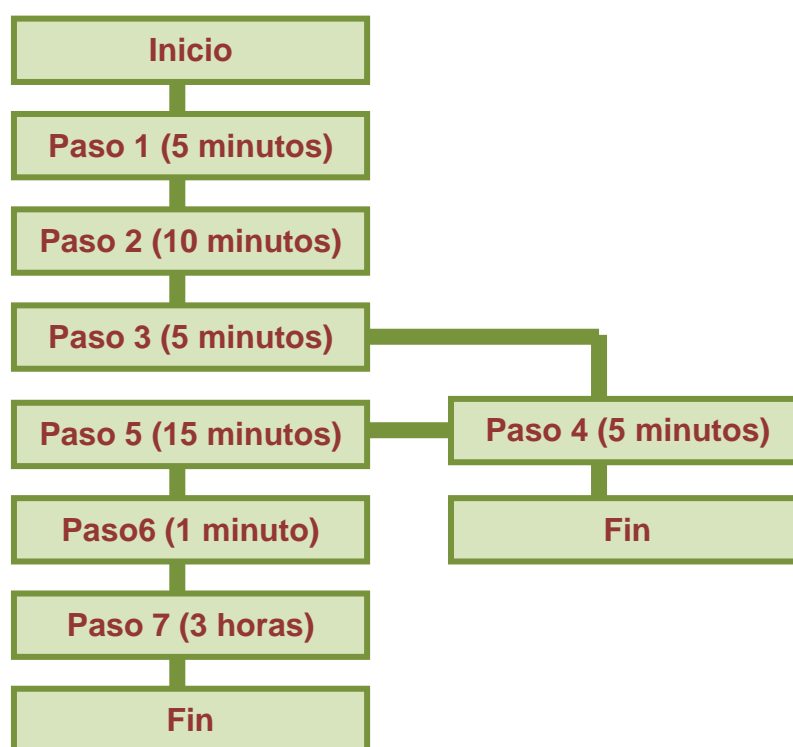


Figura No 7  
Flujo de procesos de venta de productos  
Autor: Magaly Tandazo

- **Flujo de procesos para crear rutas, circuitos turísticos:**

1. Inicio
2. Recopilar información de atractivos turísticos de la zona a efectuar la ruta (1 hora)
3. Escoger y diseñar la ruta adecuad en un mapa (30 minutos)
4. Dibujarla la línea de ruta en un mapa (5 minutos)
5. Crear itinerario (3 horas)
6. Presentarlo al gerente de la operadora para aprobación de la ruta e itinerario. (15 minutos)
7. Realizar cambios. (1 hora)
8. Presentado y aceptado (5 minutos)
9. Fin.

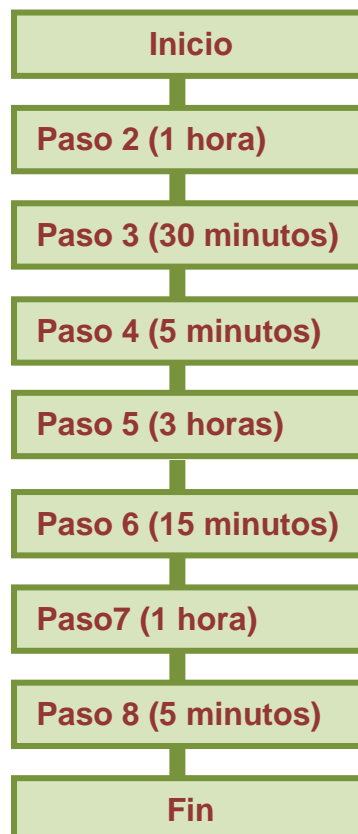


Figura No 8  
Flujo de procesos para creación de paquetes turísticos  
Autor: Magaly Tandazo

## **5.4 ESTUDIO OPERATIVO**

El personal que va a laborar en la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO es la siguiente:

### **5.4.1 STAFF ADMINISTRATIVO**

#### **Gerente**

El Gerente General de CATAYTRAVEL OPERADORA DE TURISMO actúa como representante legal de la empresa, fija las políticas operativas, administrativas y de calidad en base a los parámetros fijados por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

Trabjará ocho horas al día cinco días a la semana de Lunes a Viernes

### **5.4.2 PLANTA OPERATIVA**

#### **Guía Local y Nacional**

Se encargan de mostrar los recursos turísticos de una zona determinada del territorio de un país (ciudad, provincia, región, etc.). Estos guías deben poseer conocimientos profundos en relación a su ámbito de actuación particular así como de idiomas extranjeros. La actuación, los guías locales es determinante en la calidad de la experiencia vivida por los turistas en una ciudad o región determinada por lo que la superestructura turística debe interesarse en establecer un control respecto de qué se explica y quién lo hace. La modalidad de contrato generalmente es la de honorarios por servicios profesionales, los tipos de servicio, atendiendo a la duración, son los siguientes:

- Halfday (HD), cuya duración oscila entre 2 a 4 horas.
- Full day (FD), cuya duración es el doble de un HD.

Su horario de trabajo es variable y su sueldo consta dentro de los paquetes es decir se paga por cada guianza que realizan.

## **Counter**

El agente counter labora en recepción y atención de la empresa.

Debe tener las siguientes características:

- Amabilidad
- Cortesía
- Buena presencia
- Discreción
- Honestidad

En especial debe tener conocimientos científicos adquiridos en sus estudios universitarios o a través de cursos.

## **5.5 TAMAÑO DEL PROYECTO PARA PAQUETES TURÍSTICOS**

La siguiente capacidad se la calcula en base a los productos que se puede vender anualmente en cuanto a nuestra capacidad utilizada y la capacidad real de manejo se tiene que tanto de costa se venderán (36) paquetes turísticos, de sierra(24) y de amazonia(24) paquetes anualmente, en cuanto al producto referente a Catacochase vende anualmente 40 paquetes, con esta referencia sacamos la capacidad real de venta de la operadora pues tomando en cuenta la preferencia de producto en las encuestas y los días que ocupa cada uno de los viajes a los diferentes destinos tenemos los siguientes resultados, a la costa se venderá anualmente 18 paquetes a la sierra 10 y amazonía 10 paquetes y a Catacocha 20 paquetes en la tabla de ingresos se detallará la cantidad real de paquetes que serán vendidos tomando en cuenta preferencia de producto, capacidad de pago entre otros.

**Cuadro No 16**

CAPACIDAD DE VENTA DE PRODUCTOS		
<b>Demanda Insatisfecha</b>	2254	
	<b>Capacidad utilizada</b>	<b>Capacidad real de manejo</b>
Costa	36	18
Sierra	24	10
Amazonía	24	10
Catacocha	40	20
	<b>124</b>	<b>58</b>
	<b>100%</b>	<b>47%</b>

Autor: Magaly Tandazo Fuente: estudio de mercado

## 5.5.1 COSTEO DE OBRA

### 5.5.1.1 Costes para paquetes turísticos

Son los costos que tendremos para poder obtener y crear los paquetes turísticos que serán puestos en venta.

En cuanto a nuestros costos de paquetes nacionales están desglosados de la siguiente manera:

- Llamadas nacionales para realizar el pedido de los paquetes turísticos. (1 dólar)
- Internet (2 dólares)
- Impresión de itinerarios (0.5 ctv.)
- Llamadas para confirmación de hoteles, restaurants, transporte etc. (3.5 dólares)

**Cuadro No 17**

COSTOS DE MATERIA PRIMA			
Unidades	Descripción de los Artículos	Precio/U.	Precio/T
9	COSTA	7	63,00
4	SIERRA	7	28,00
5	AMAZONÍA	7	35,00
<b>Total</b>		<b>---</b>	<b>659,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: propia

En cuanto a la creación del paquete turístico a Catacocha se toma en cuenta lo siguiente:

- Transporte (10 dólares)
- Alimentación (9.75 dólares)
- Internet (1 dólar)
- Hojas (0.5 ctv)
- Impresiones (0.25 ctv)

Estos gastos que serán utilizados por uno de los trabajadores y son financiados por la empresa.

**Cuadro No 18**

COSTOS DE MATERIA PRIMA			
Unidades	Descripción de los Artículos	Precio/U.	Precio/T
	CATACUCHA		
	creación del circuito		21,50
<b>Total</b>		---	<b>21,50</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: propia

### 5.5.1.2 Costes para la oficina

✓ **Activos Fijos**

Ver Pág.: 79 – 81

## **5.6 ANÁLISIS LEGAL**

Permite conocer detalladamente la forma legal de la constitución de la empresa, desde el grupo de socios hasta el correcto funcionamiento de la organización.

### **5.6.1 Compañía Limitada**

Se constituye entre 2 y hasta quince personas que tienen la responsabilidad limitada por las obligaciones sociales, no se admite suscripción pública de capital y su capital mínimo es de 800 dólares.

### **5.6.2 Elaboración de una minuta**

La minuta es un documento en el que establecen acuerdos, contratos y actos sobre la actividad empresarial a realizar y la estructura del capital inicial (en el caso del capital social debe depositarse por lo menos el 25 % del capital inicial en una cuenta corriente de un banco).

La minuta debe ser elaborada por un abogado y firmada por todos los socios. Después ser llevada ante el notario público para que emita la escritura pública. Además de ser indispensable que esa cuenta con un pacto social de acuerdo al artículo 54 de la Ley general de Sociedades.

La minuta un documento de vital importancia en la formación de una empresa ya que en esta constara la forma por la cual se regirá la empresta o sociedad.

### **5.6.3 Registro Mercantil**

El Registro Mercantil con jurisdicción cantonal está a cargo de un Registrador y es la Oficina en la que se llevarán los registros de las inscripciones que disponen las leyes.

Las inscripciones de los instrumentos públicos, títulos y demás documentos que la Ley exige o permite que se inscriban tienen los siguientes objetivos:

- Servir de medio de tradición del dominio y de los otros derechos constituidos en ellos.
- Dar publicidad a los contratos y actos que deben inscribirse.
- Garantizar la autenticidad y seguridad de los títulos, instrumentos públicos y documentos que deben registrarse.

Requisitos que se necesita para funcionar como una Compañía:

- Como primer paso dirigirse a la Súper Intendencia de Compañías.
- Las escrituras.
- La minuta.

Luego de entregar estos documentos son sumillados en la parte reversa de la hoja. Cuando se Funciona como Asociación no es necesario entregar ningún documento.

#### **5.6.4 Registro en el I.E.P.I**

El Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual -IEPI- es una persona jurídica de derecho público, creada mediante la Ley de Propiedad Intelectual No. 83, publicada en el Registro Oficial 320, del 19 de mayo de 1998. El -IEPI- es el encargado de regular el control de la aplicación de las leyes de la propiedad intelectual.

El Presidente del -IEPI-, quien a su vez es el representante legal, es nombrado por el Presidente Constitucional de la República del Ecuador para un período de seis años.

Los miembros del Comité y los directores nacionales en sus diferentes áreas (Propiedad Industrial, Derechos de Autor y Derechos Conexos, y Obtenciones Vegetales) son nombrados por igual período, con la finalidad de



dar mayor objetividad y permanencia a la aplicación de la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, las normas comunitarias, los tratados y convenios internacionales que son parte del ordenamiento jurídico de la nación ecuatoriana.

1. Se realiza un depósito de \$16 en el Banco de Guayaquil en la cuenta N° 6265391, esto es con la finalidad de conocer si la marca no está registrada o es similar a la de otro establecimiento (búsqueda).
2. La secretaria elabora una solicitud y es despachada por nosotros, luego es enviada a Cuenca.
3. Las marcas se registran de acuerdo a una clase internacional, la No 43 que es la marca de servicios.
4. Los resultados de la búsqueda son enviados por el IEPPI (Cuenca), ya que no se podrá registrar con nombre igual o parecido.
5. Posterior a este proceso se realizara un pago de \$116 con firmas de abogado, copia de cedula y certificado de votación (si es compañía deberá ir con nombramiento actualizado y notariado del gerente).
6. Se deberá esperar un tiempo de 8 meses para que nos otorguen el título de Marca Registrada.

### **5.6.5 Permisos**

#### **a. Superintendencia de compañías**

#### **Documentos para la Constitución:**

1. Aprobación del nombre.
2. Tres escrituras (certificado bancario).
3. Copias de las Cédulas de Identidad y papeletas de votación de los Accionistas o Socios.
4. Estos ingresan con:

- Solicitud con firma de abogado (que contendrá todos estos datos de los abogados)
- Nombres completos
- Número de Cédula
- Dirección completa (oficina)
- Número de Teléfono (oficina)<sup>18</sup>.

## **b. Impuesto de la Patente Municipal**

**Jefatura Municipal de Rentas.-** Dentro de la estructura orgánica del Municipio de Loja, la Jefatura de Rentas es una unidad de apoyo subordinada a la Dirección Financiera. Su misión es la de generar ingresos a través de la correcta emisión de los títulos de crédito por (Impuestos, tasas y contribuciones especiales de mejoras), basándose en la correcta aplicación de leyes, reglamentos, ordenanzas e instructivos, mediante procedimientos transparentes de determinación, control y reclamos, brindando una atención ágil y oportuna a los contribuyentes.

La Jefatura de Rentas canaliza su gestión en la emisión de títulos de crédito de conformidad a lo establecido en la ordenanza sustitutiva contemplada en el Código Municipal de la Administración, título 1 de la Estructura Administrativa.

**Patente Municipal.-**Es el impuesto pagado por las empresas al Municipio. Toda empresa que ejerza una actividad dentro de los límites del cantón debe pagar un impuesto mensual y anual al municipio. El hecho generador es la actividad productiva. El volumen de impuesto pagado depende a la vez de la ubicación de la empresa, de su tipo de actividad y de su nivel de ingreso. La base imponible es el porcentaje establecido por: ingreso, actividad productiva y ubicación geográfica

---

<sup>18</sup>Superintendencia de Compañías, Loja Agosto del 2008

### **Requisitos para obtener la Patente Municipal:**

1. Formulario de Patente: El mismo será adquirido en el departamento de recaudaciones el cual tiene el valor de 1 dólar.
2. Copia del R.U.C.
3. Copia de cedula de identidad del propietario o representante legal en caso de personas jurídicas.
4. Copia de la declaración del Impuesto a la Renta de los ejercicios económicos que adeuden o de I.V.A. cuando sus ingresos no superen la base exigida por el S.R.I.

### **c. Bomberos**

#### **Funciones Específicas:**

1. Formulación, aplicación y actualización de normas de protección contra incendios y de seguridad con materiales peligrosos.
2. La prevención y extinción de incendios, los incidentes con materiales peligrosos, así como el auxilio a la población en caso de desastres.
3. Inspeccionar las instalaciones de seguridad contra incendios y de materiales peligrosos, la evaluación del funcionamiento de dichas instalaciones en bienes muebles, inmuebles, edificaciones e instalaciones comerciales, industrias y en aquellas que exista gran afluencia de personas.
4. Revisar los planos de los proyectos de edificaciones, para verificar el cumplimiento de las normas contra incendios y materiales peligrosos y emitir las recomendaciones necesarias.
5. Auxiliar a las personas que resulten afectadas en casos de accidentes, enfermedades, siniestros o desastres naturales que pongan en riesgo la integridad física, brindándoles el apoyo necesario.
6. Coordinar entre los diferentes departamentos para definir planes y programas que permitan determinar las vulnerabilidades del cantón Loja y crear cultura de prevención.

7. Estudiar y determinar las zonas de riesgo en todo el cantón e implementar las acciones correspondientes para su control.
8. Coordinar con las demás instituciones de la ciudad y provincia el control y monitoreo de las áreas de riesgo y promover planes de capacitación y concienciación ciudadana.
9. Formular políticas preventivas.
10. Elaborar planes de contingencia para zonas de riesgo y programas de organización ciudadana.
11. Preparar personal para difundir los planes de contingencia en instituciones y planteles educativos definiendo los roles para los casos de emergencias
12. Proponer formas de financiamiento para la investigación, instrumentalización, equipamiento y operación de los planes y programas definidos.
13. Manejo adecuado del siniestro.

#### **Trámites para la obtención del permiso:**

1. Tramitación del R.U.C.
2. Patente Municipal.
3. Adquisición de extintor de 5 Kg., en el cual luego de su presentación será adherido un sticker cuyo valor es de \$1.50 emitido por el Cuerpo de Bomberos.
4. Adquisición de Botiquín de primeros auxilios el mismo que podrá ser adquirido en cualquier farmacia del país.
5. Por último nuestro local será inspeccionado por un delegado del Cuerpo de Bomberos quien emitirá el informe sobre el cumplimiento o no de las normas por ellos exigidos.

#### **d. Letrero**

1. La medida mínima para elaborar un letrero es de 0.60 x 1m.
2. Según las normas emitidas por la municipalidad de Loja es del 5% de la totalidad de la fachada.

3. Para locales ubicados en el Centro Histórico los letreros serán elaborados con letra calada y alto relieve.
4. Finalmente se procede a emitir un oficio al departamento de Centro Histórico del I.M.L., en el cual conste la ubicación del establecimiento, dimensiones exactas de la fachada, un montaje de la ubicación del letrero y su contenido, posteriormente se aprobará o no la petición<sup>19</sup>.

#### **e. Control Sanitario**

**Ordenanza.-** El control sanitario se ejerce a través del conjunto de medidas de supervisión, capacitación, información y difusión que permitan garantizar las condiciones de higiene y salud básica en sitios de expendio de productos de consumo humano y de convivencia o reunión de personas. Estas actividades también se relacionan con la calidad de los productos que se expenden y propenden a vigilar que los mismos sean aptos para consumo y no constituyan un peligro para la salud de la población.

La Dirección Municipal de Higiene y Abasto otorga anualmente los permisos de funcionamiento previo al cumplimiento de los requisitos estipulados y pago de las obligaciones determinadas por el Municipio de Loja.

#### **Requisitos Permisos de Funcionamiento:**

1. Solicitud dirigida al Director de Higiene en papel valorado de la institución.
2. Fotocopia de la Cédula de Identidad.
3. Formulario de permiso de funcionamiento.
4. Certificado de pago de la Patente Municipal e impuesto a los activos totales.
5. Carné de salud de todas las personas que laboran en el negocio.
6. Recipientes de basura.

---

<sup>19</sup> Arq. Sixto López - I.M.L.

#### **f. Servicio de Rentas Internas S.R.I.**

Servicio de Rentas Internas es el organismo autónomo de nuestro país, cuya función principal es el cobro de los impuestos, a partir de una base de datos de contribuyentes.

El Servicio de Rentas Internas (SRI) como una entidad técnica y autónoma que tiene la responsabilidad de recaudar los tributos internos establecidos por Ley mediante la aplicación de la normativa vigente. Su finalidad es la de consolidar la cultura tributaria en el país a efectos de incrementar sostenidamente el cumplimiento voluntario de las obligaciones tributarias por parte de los contribuyentes.

#### **Requisitos para la obtención del R.U.C. de Sociedades:**

1. Cédula de Identidad del Representante Legal (original y copia).
2. Formulario RUC - 01A y 01 B.
3. Original y copia certificada de la escritura de Constitución.
4. Original y copia del nombramiento del representante Legal.
5. Copia de la identificación del representante.
6. Original y copia del documento que identifique el domicilio

#### **g. Dirección de Gestión Ambiental – H. C. P. L.**

Para la adquisición de este documento fue necesario realizar un oficio dirigido al Director de Gestión Ambiental del Consejo Provincial de Loja. Realizado el trámite pertinente nos fue otorgada una copia del Permiso Ambiental, en donde se especifica el nombre del proyecto y proceder del mismo.

A toda la documentación anterior adjuntamos los requisitos que pide el Ministerio de Turismo para su registro y puesta en marcha.

## **Requisitos y formalidades para registro de Operadora de turismo.**

- Solicitud de registro (otorgada por el Ministerio de Turismo)(ver anexo)
  - Copia notariada, de la escritura pública de constitución de la compañía, y de aumento de capital o reforma de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas; debidamente inscrita en el Registro Mercantil.
  - Copia notariada del nombramiento del Rep. Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
  - Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial (tramitar en el MIPRO)
  - Copia del registro único de contribuyente(RUC)
  - Cédula de ciudadanía o de identidad y certificado de votación.
  - **ACTIVO REAL:** el activo real de la compañía, se justificará mediante declaración juramentada (NOTARIADA) de responsabilidad, efectuada por el representante Legal de la Compañía.
  - Para agencia de viajes operadoras, el equivalente a OCHO MIL DÓLARES de los Estados Unidos de América. Si tuviera más de una sucursal, deberá aumentar su activo real el equivalente a un mil quinientos dólares Americanos por cada sucursal a partir de la segunda. (ver tabla No 14 plan de inversión)
- 
- **Hoja de vida (vitae)**

De los ejecutivos y nómina del personal administrativo cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o experiencia continua por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar a una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico en Administración de Empresas

Turísticas o sus equivalentes. Estos requisitos no serán exigibles para aquellas ciudades de reducida población o con un número inferior a 50.000 habitantes.

- **Afiliación a la Cámara de Turismo(requisito opcional)**

Toda agencia de viajes establecida de acuerdo a las normas de ley de Turismo, podrá solicitar la autorización para la apertura de sucursales, debiendo para el efecto cumplir con todos los requisitos establecidos para la apertura de la principal, y haber dado cumplimiento a lo establecido en la Ley de Compañías.

- **Exigencias para los locales**

Los locales que se destinen al funcionamiento de Agencias de Viajes, no podrán ser compartidos con otro tipo de actividad económica ajena a la actividad turística. Tendrán una superficie mínima de treinta metros cuadrados y contarán con los servicios básicos de luz, agua, teléfono y fax y una betería de servicios higiénicos, cuando menos (Art. 83 Reglamento General de Actividades Turísticas).

- **En caso de tener vehículos para operación turística**

Copia de matrícula de los vehículos habilitados para su funcionamiento o título que acredite propiedad del vehículo a nombre de la compañía.

Los vehículos deben estar asegurados.

Los requisitos y formalidades anteriormente señalados se los debe cumplir a cabalidad de tal manera que a futuro no se tenga ningún tipo de inconvenientes según la ley de turismo y el reglamento general de actividades turísticas.



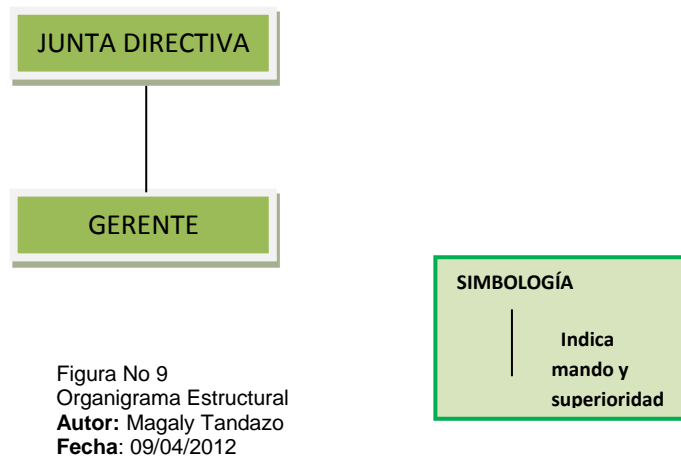
## 5.7 ANÁLISIS ADMINISTRATIVO

### 5.7.1 Organigramas

#### 5.7.1.1 Organigrama Estructural

El diseño de la estructura organizacional se realiza teniendo en cuenta la forma de cómo va a operar el plan de negocio, desde el punto de vista de operativo y de su administración.

La estructura orgánica de la empresa será la siguiente:



#### 5.7.1.2 Organigrama Funcional

Dentro del organigrama funcional determinaremos las actividades que cada una de las personas efectuará en el transcurso de labores de la empresa.

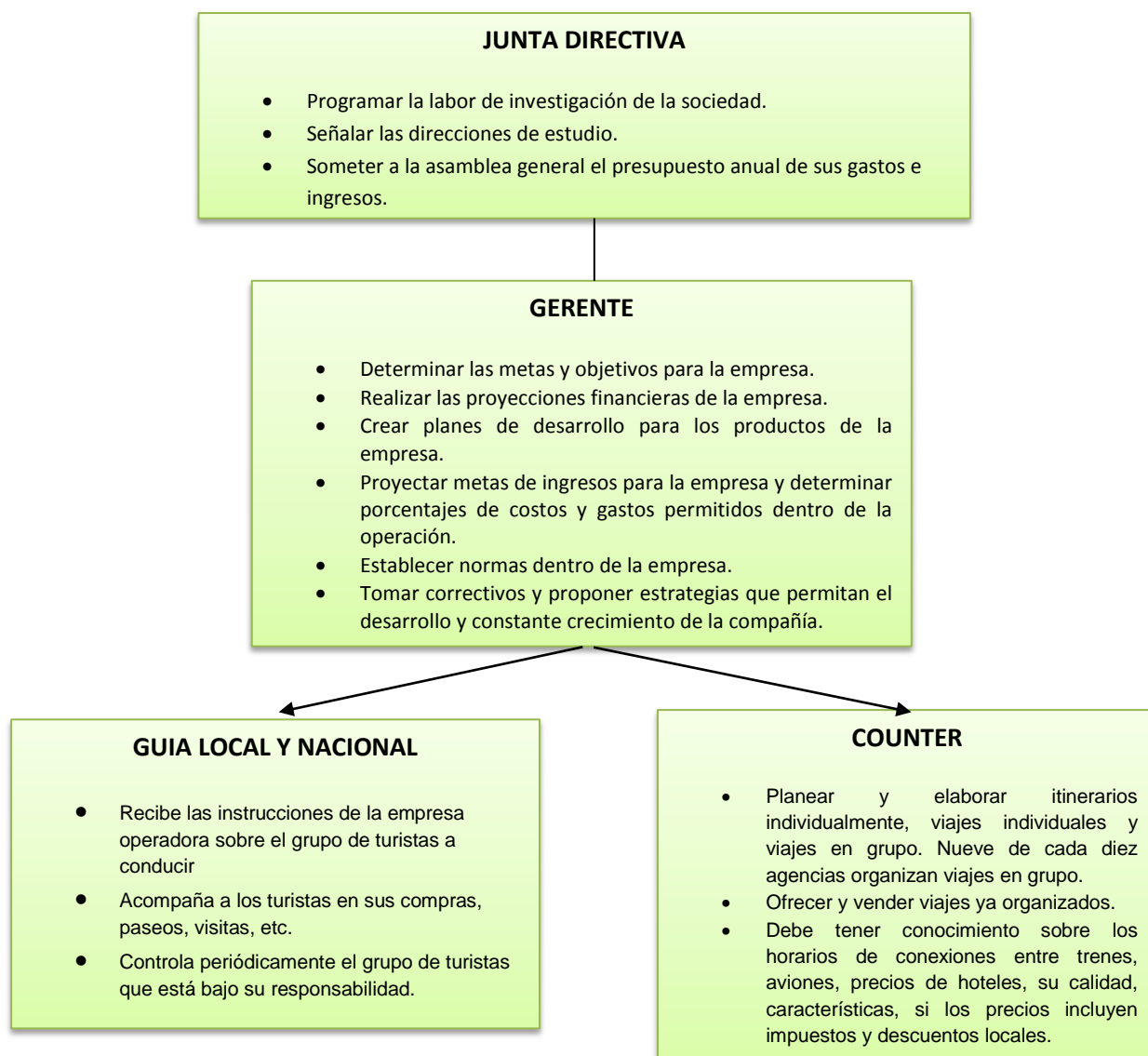


Figura No 10

Organigrama Funcional  
**Autor:** Magaly Tandazo  
**Fecha:** 09/04/2012

### 5.7.2 Manual de Funciones

Un manual de procedimientos es el documento que contiene la descripción de actividades que deben seguirse en la realización de las funciones de una unidad administrativa, o de dos o más de ellas.

El manual incluye además los puestos o unidades administrativas que intervienen precisando su responsabilidad y participación.

**5.7.2.1 Manual de funciones del Gerente de la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.**

**Cuadro No 19**

<b>PUESTO</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>FECHA</b>
GERENTE	1	27/05/2011
<b>DEPARTAMENTO</b>	GERENCIA	
<b>A QUIEN REPORTO</b>		
<b>OBJETIVO DEL PUESTO</b>		
PLANIFICAR, ORGANIZAR, DIRIGIR Y EVALUAR LAS ACTIVIDADES DE LA OPERADORA DE TURISMO		
<b>FUNCIONES</b>		
DETERMINAR LAS METAS Y OBJETIVOS PARA LA EMPRESA		
REALIZAR LAS PROYECCIONES FINANCIERAS DE LA EMPRESA		
CREAR PLANES DE DESARROLLO PARA LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA		
PROYECTAR METAS DE INGRESOS PARA LA EMPRESA Y DETERMINAR PORCENTAJES DE COSTOS Y GASTOS PERMITIDOS DENTRO DE LA OPERACIÓN		
ESTABLECER NORMAS DENTRO DE LA EMPRESA		
TOMAR CORRECTIVOS Y PROPONER ESTRATEGIAS QUE PERMITAN EL DESARROLLO Y CONSTANTE CRECIMIENTO DE LA COMPAÑÍA		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>EDAD</b>	26 - 31 AÑOS	
<b>GÉNERO</b>	MASCULINO O FEMENINO	
<b>TÍTULOS</b>	TÍTULO DE INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA	
<b>CURSOS</b>	CURSO DE INGLÉS; CURSO DE LIDERAZGO	
<b>HORARIOS</b>	08:00 a 12:00 y 15:00 a 18:00	
<b>LUGAR DE TRABAJO</b>	OPERADORA DE TURISMO CATAY TRAVEL CIA. LTDA	
<b>CIUDAD</b>	CATACOCHA	
<b>DIRECCIÓN</b>	BARRIO EL PROGRESO CALLE REINALDO AGILA	

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información primaria

**5.7.2.2 Manual de funciones del Guía de la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.**

**Cuadro No 20**

<b>PUESTO</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>FECHA</b>
GUÍA TURÍSTICO	2	27/05/2011
<b>DEPARTAMENTO</b>		
<b>A QUIEN REPORTO</b>	GERENTE GENERAL	
<b>OBJETIVO DEL PUESTO</b>		
EL GUÍA ES RESPONSABLE DE LA COORDINACIÓN, RECEPCIÓN ASISTENCIA, CONDUCCIÓN, INFORMACIÓN Y ANIMACIÓN DE LOS TURISTAS TANTO NACIONALES COMO EXTRANJEROS		
<b>FUNCIONES</b>		
RECIBE LAS INSTRUCCIONES DE LA EMPRESA OPERADORA SOBRE EL GRUPO DE TURISTAS A CONDUCIR O A LA ACTIVIDAD A REALIZAR		
SUPERVISAR LA UNIDAD DE TRANSPORTE A UTILIZAR		
ELABORA INFORME AL FINALIZAR ITINERARIOS		
ACOMPaña A LOS TURISTAS EN SUS COMPRAS, PASEOS, VISITAS, ESPECTÁCULOS Y DIVERSIONES		
CONTROLA PERIÓDICAMENTE EL GRUPO DE TURISTAS QUE ESTÁ BAJO SU RESPONSABILIDAD		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>EDAD</b>		
<b>GÉNERO</b>	MASCULINO O FEMENINO	
<b>TÍTULOS</b>	GUÍA TURÍSTICO	
<b>CURSOS</b>	AMPLIA CULTURA GENERAL; CONOCER LA REGIÓN; INGLÉS; PRIMEROS AUXILIOS	
<b>HORARIOS</b>	08:00 a 12:00 y 15:00 a 18:00	
<b>LUGAR DE TRABAJO</b>	OPERADORA DE TURISMO CATAY TRAVEL CIA. LTDA	
<b>CIUDAD</b>	CATACOCHA	
<b>DIRECCIÓN</b>	BARRIO EL PROGRESO CALLE REINALDO AGILA	

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información primaria

**5.7.2.3 Manual de funciones del Counter de la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.**

**Cuadro No 21**

<b>PUESTO</b>	<b>CÓDIGO</b>	<b>FECHA</b>
COUNTER	3	27/05/2011
<b>DEPARTAMENTO</b>	OPERTIVO	
<b>A QUIEN REPORTO</b>	GERENTE GENERAL	
<b>OBJETIVO DEL PUESTO</b>		
DEBE CONSEGUIR VENDER LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS QUE LA EMPRESA OFERTA.		
<b>FUNCIONES</b>		
<p>PLANEAR Y ELABORAR INTINERARIOS INDIVIDUALMENTE, VIAJES INDIVIDUALES Y VIAJES EN GRUPO. NUEVE DE CADA DIEZ AGENCIAS ORGANIZAN VIAJES EN GRUPO.</p> <p>OFRECER Y VENDER VIAJES YA ORGANIZADOS.</p> <p>HACEN LAS RESERVACIONES NECESARIAS EN HOTELES, MOTELES, ALOJAMIENTO EN ZONAS DE VERANEO, COMIDAS, ALQUILER DE COCHES, VISITAS TURÍSTICAS, TRASLADO DE PASAJERO Y EQUIPAJES DE LAS TERMINALES A LOS HOTELES Y ENTRADAS A ESPECTÁCULOS ESPECIALES, COMO FESTIVALES DE MÚSICA Y TEATRO.</p> <p>DEBEN CONOCER PARA ACONSEJAR AL CLIENTE, SOBRE LOS MUCHOS DETALLES IMPLICADOS EN LOS VIAJES ACTUALES, TALES COMO EL SEGURO DEL EQUIPAJE Y EL DE VIAJES, MATERIAL DE ESTUDIO DE IDIOMAS, CHEQUES DE VIAJES, CAMBIO DE MONEDA EXTRANJERA, DOCUMENTOS NECESARIOS (VISADOS Y PASAPORTE) Y REQUISITOS MÉDICOS (INMUNIZACIONES Y VACUNAS).</p>		
<b>PERFIL DEL PUESTO</b>		
<b>EDAD</b>		
<b>GÉNERO</b>	MASCULINO O FEMENINO	
<b>TÍTULOS</b>	ING. EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA	
<b>CURSOS</b>	AMPLIA CULTURA GENERAL; INGLÉS; SERVICIO AL CLIENTE	
<b>HORARIOS</b>	08:00 a 12:00 y 15:00 a 18:00	
<b>LUGAR DE TRABAJO</b>	OPERADORA DE TURISMO CATAY TRAVEL CIA. LTDA	
<b>CIUDAD</b>	CATACOCHA	
<b>DIRECCIÓN</b>	BARRIO EL PROGRESO CALLE REINALDO AGILA	

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información primaria

### 5.7.3 Rol de pagos durante la vida útil del proyecto

Se origina con motivo del pago de salarios al personal operativo y administrativo de la empresa, se calcula para un mes de trabajo y se lo multiplica por los doce meses del año, dentro del cálculo se toma en cuenta el décimo tercero y décimo cuarto pero a partir del segundo año, de igual forma se incluyen los fondos de reserva. El pago se efectúa según lo establecido por el Ministerio de Relaciones Laborales, el costo del primer año entre todos los empleados es 10473.0 usd.

**Cuadro No 22**

ROL DE PAGOS							
CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA							
DICIEMBRE 2011 A NOVIEMBRE 2012							
Cargo	sueldo básico	13	14	vacaciones	fondo de reserva 8.33% de los ingresos	total mensual	T. Anual
Gerente	500	22,00	41,67			563,67	6764,0
Counter	265	22,00	22,08			309,08	3709,0
					<b>TOTAL</b>	<b>872,75</b>	<b>10473,0</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, tasa de inflación 3.33%, crecimiento de fondos de reserva 8.33%

**Cuadro No 23**

ROL DE PAGOS							
CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA							
DICIEMBRE 2012 A NOVIEMBRE 2013							
Cargo	sueldo básico	13	14	vacaciones	fondo de reserva 8.33% de los ingresos	total mensual	T. Anual
Gerente	516,65	24,86	43,05	21,53	43,04	649,13	7789,5
Counter	273,82	24,86	22,82	11,41	22,81	355,72	4268,7
					<b>TOTAL</b>	<b>1.004,85</b>	<b>12058,2</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, tasa de inflación 3.33%, crecimiento de fondos de reserva 8.33%

### Cuadro No 24

ROL DE PAGOS							
CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA							
DICIEMBRE 2013 A NOVIEMBRE 2014							
cargo	sueldo básico	13	14	vacaciones	fondo de reserva 8.33% de los ingresos	total mensual	T. Anual
gerente	533,85	28,09	44,49	22,24	44,47	673,15	8077,8
counter	282,94	28,09	23,58	11,79	23,57	369,97	4439,7
<b>TOTAL</b>						1.043,12	12517,4

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, tasa de inflación 3.33%, crecimiento de fondos de reserva 8.33%

### Cuadro No 25

ROL DE PAGOS							
CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA							
DICIEMBRE 2014 A NOVIEMBRE 2015							
cargo	sueldo básico	13	14	vacaciones	fondo de reserva 8.33% de los ingresos	total mensual	T. Anual
gerente	551,63	31,74	45,97	22,98	45,95	698,28	8379,4
counter	292,36	31,74	24,36	12,18	24,35	385,01	4620,1
<b>TOTAL</b>						1.083,29	12999,5

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, tasa de inflación 3.33%, crecimiento de fondos de reserva 8.33%

### Cuadro No 26

ROL DE PAGOS							
CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA							
DICIEMBRE 2015 A NOVIEMBRE 2016							
cargo	sueldo básico	13	14	vacaciones	fondo de reserva 8.33% de los ingresos	total mensual	T. Anual
gerente	570,00	35,87	47,50	23,75	47,48	724,60	8695,2
counter	302,10	35,87	25,18	12,59	25,16	400,90	4810,8
<b>TOTAL</b>						1.125,50	13506,0

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, tasa de inflación 3.33%, crecimiento de fondos de reserva 8.33%

### Cuadro No 27

PROYECCIONES DE LOS ROLES DE PAGO AL 2021					
ROL DE PAGOS					
CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA					
DICIEMBRE 2017 A NOVIEMBRE 2021					
cargo	2017	2018	2019	2020	2021
gerente	8984,78	9283,98	9593,13	9912,59	10242,68
counter	4970,98	5136,52	5307,56	5484,30	5666,93
<b>TOTAL</b>	<b>13955,77</b>	<b>14420,49</b>	<b>14900,70</b>	<b>15396,89</b>	<b>15909,61</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Ministerio de Relaciones Laborales, tasa de inflación 3.33%, crecimiento de fondos de reserva 8.33%

#### 5.7.4 PLAN ESTRATÉGICO

El plan estratégico es un documento en el que los responsables de una organización empresarial reflejan cual será la estrategia a seguir por su compañía en el medio plazo. Por ello, un plan estratégico se establece generalmente con una vigencia que oscila entre 1 y 5 años.

- **VISIÓN**

En el 2016 CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. es una empresa prestigiosa e influyente en el campo turístico tanto del cantón Paltas como de la provincia de Loja y la región sur del país, esto se obtiene enmarcados en la práctica de la ética profesional y de la calidad de atención de sus colaboradores.

- **MISIÓN**

CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. Promociona turísticamente el cantón Paltas a través de la venta de productos turísticos, los cuales estarán impulsados por una actividad responsable con el medio ambiente. Para satisfacción de todos los clientes, que les guste gozar de servicios y productos que posean buenos estándares de calidad y desempeño.



### 5.7.5 ANÁLISIS FODA

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPOTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ser la primera Operadora de turismo en la parroquia Catacocha.</li> <li>✓ Tener una oficina en excelentes condiciones para recibir a los clientes.</li> <li>✓ Contar con el apoyo del Municipio del cantón Paltas, en cuanto a información de los atractivos turísticos.</li> <li>✓ Contar con una excelente ubicación geográfica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Interés por parte de la comunidad en el ámbito turístico.</li> <li>✓ El estado apoya a la inversión al sector turismo.</li> <li>✓ No existe competencia</li> <li>✓ Demanda insatisfecha</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ La parroquia no cuenta con buenas empresas de alimentos y bebidas lo cual dificulta el buen servicio de nuestros paquetes locales.</li> <li>✓ Falta de promoción a nivel local.</li> <li>✓ Poca afluencia de turistas.</li> <li>✓ Requiere la oficina de adecuaciones que significan una barrera de salida para la empresa.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Pocos profesionales con experiencia en atención al cliente como en las grandes ciudades que practican el turismo.</li> <li>✓ Poca colaboración de empresas restauranteras, hoteleras, de diversión, en cuanto a baja de precios para los paquetes que la empresa realice.</li> <li>✓ Economía cambiante.</li> </ul>

### 5.7.5.1 Matriz de Alto Impacto

<div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin: 0 auto; display: inline-block;">OA</div>  <div style="border: 1px solid black; width: 40px; height: 20px; margin: 0 auto; display: inline-block;">FD</div>	<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ No existe competencia</li> <li>✓ Interés por parte del Municipio del cantón Paltas en cuanto al ámbito turístico.</li> </ul>	<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aumento de la inflación.</li> <li>✓ Ingreso de nuevas operadoras y/o agencias.</li> <li>✓ Podrían efectuarse cambios en la política gubernamental subiendo impuestos con el consecuente cambio en los costos del servicio.</li> </ul>
<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Ser la primera operadoras de turismo en la parroquia.</li> <li>✓ Contar con profesionales de excelente calidad.</li> <li>✓ Contar con una excelente ubicación geográfica</li> </ul>	<p><b>FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Crear estrategias de marketing para llamar la atención de la demanda insatisfecha.</li> <li>✓ Posicionarse en la mente del consumidor</li> <li>✓ Interactuar con la comunidad para desarrollar el turismo en Catacocha.</li> </ul>	<p><b>FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Efectuar a futuro paquetes atractivos al cliente con la intención de que el precio no sea un problema.</li> <li>✓ Establecer convenios con los proveedores para mantener durante mucho tiempo los mismos precios.</li> </ul>
<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Existen altos costos en capacitación del personal, publicidad y promociones.</li> <li>✓ Nuestra empresa no cuenta con trayectoria en el mercado.</li> <li>✓ Existe alto endeudamiento por ser una empresa que recién entra al mercado.</li> </ul>	<p><b>DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Aprovechar que no hay más operadoras de turismo para abarcar la mayor cantidad de mercado mediante, visitas</li> <li>✓ Tener alianzas con el municipio de Paltas en cuanto a promoción de los atractivos con la ayuda de la Operadora de Turismo.</li> <li>✓ Alianzas con operadoras de la ciudad de Loja para incrementar la visita de turistas.</li> </ul>	<p><b>DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Brindar un buen servicio a toda clase de turista local, nacional o extranjero para causar una buena impresión.</li> <li>✓ La empresa deberá salir en busca de nuevos segmentos de mercado.</li> </ul>

### 5.7.5.2 Objetivos estratégicos

- Fortalecer los Recursos Humanos de la empresa por medio de la capacitación.
- Apoyo y promoción de las manifestaciones culturales de la parroquia Catacocha con énfasis en la gastronomía, artesanía y arquitectura preservando el título de “CATACOCHA PATRIMONIO CULTURAL”
- Diseño de un tríptico para promocionar los paquetes turísticos ofertados por la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.

## 5.7.6 PLAN DE ACCIÓN

Los planes de acción son instrumentos gerenciales de programación y control de la ejecución anual de los proyectos y actividades que deben llevar a cabo las dependencias para dar cumplimiento a las estrategias y proyectos establecidos en el Plan Estratégico.

### 5.7.6.1 Objetivo Estratégico

- Diseñe un tríptico para promocionar los servicios y productos turísticos ofertados por la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.

### 5.7.6.2 Programas

- Escoger nuevos lugares turísticos de interés
- Trabajar con la mejor empresa de diseño

### 5.7.6.3 Proyectos

**Problema:** Catacocha necesita generar promoción turística para llegar a ser a futuro un lugar potencialmente turístico, el cual permita un ingreso económico para el cantón, por esta razón se creará circuitos turísticos con valores para satisfacer la economía de los diferentes clientes existentes en el lugar o de extranjeros.

**Meta:** Para el año 2016, La empresa logrará ubicar a Catacocha entre uno de los lugares turísticos dignos de conocer por la belleza de sus atractivos y de su gente.

### Políticas

- Innovar productos turísticos para satisfacer la demanda existente en el lugar.

- Capacitar al personal para que de esta manera se brinden los servicios de una manera eficaz y eficiente.
- Cumplir a cabalidad con los ofrecimientos efectuados por la empresa y los requerimientos de nuestros clientes.
- Mantener una buena publicidad de los productos que oferta la empresa.

### **Estrategia**

- El tríptico será entregado a todas las instituciones públicas y privadas de la ciudad de Loja y el cantón Paltas con la intención de que conozcan nuestro producto.

### **Tácticas**

- El papel de impresión del tríptico será de buena calidad.
- Debe contener colores llamativos
- Su diseño debe cambiar cada 3 meses

### **Costo**

El costo que tendrá el cumplimiento de este objetivo, se lo calculará tomando en cuenta el costo de la diseñadora gráfica, y de la impresión del mapa artístico.

Elaboración del tríptico	= \$5
Impresión	= \$2.5
Total	= \$ 7.5 usd
Total *100 trípticos	= \$ 750 usd.

### **Total Anual:**

**\$750 \*4 = 3000 usd.**

## Financiamiento:

El costo de la elaboración del mapa artístico y la impresión del mismo será financiado por la empresa CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.

## Responsable:

Magaly Tandazo

## TRÍPTICO DE LA OPERADORA DE TURISMO CATAYTRAVEL

**COSTA**

**AMAZONÍA**

**SIERRA**

**CATACOCHA**

**servicios que Ofrecemos**

Paquetes turísticos a todo el Ecuador

**Los paquetes incluyen:**

- Transporte
- Alimentación
- Hospedaje
- Guía
- Entradas a sitios turísticos
- Entrada a sitios de recreación

**No incluye:**

- Bebidas alcohólicas
- Costo por práctica de deportes extremos
- Llamadas telefónicas
- Platos a la carta

**Catay Travel**  
operadora de Turismo

**V I S I Ó N**

En el 2016 CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. es una empresa prestigiosa e influyente en el campo turístico tanto del cantón Paltas como de la provincia de Loja y parte del país, esto se obtiene enmarcado en la práctica de la ética profesional y de la calidad de atención de nuestros colaboradores.

**M I S I Ó N**

CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA. LTDA. Busca la promoción turística del cantón Paltas a través de la venta de productos turísticos, los cuales estarán impulsados por una actividad responsable con el medio ambiente. Para satisfacción de todos nuestros clientes los servicios y productos que se ofrecen poseen buenos estándares de calidad y desempeño

calle: Reinaldo Agila  
telefono: 2683045 / 08433113

Figura No 11  
Tríptico de publicidad de la empresa  
**Autor:** Magaly Tandazo  
**Fuente:** propia

## 5.8 ANÁLISIS ECONÓMICO

### 5.8.1 PLAN DE INVERSIÓN

Un plan de inversiones establece el destino que se les dará a los recursos financieros de una empresa.

Para proceder a la instalación de la oficina CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA. Es necesario hacer inversiones en activos fijos, activos diferidos y activos circulantes o capital de trabajo.

**Cuadro No 28**

PLAN DE INVERSIÓN		
CATAY TRAVEL		
AÑO 2012		
<b>ACTIVOS</b>		
<b>ACTIVOS FIJOS</b>		
	Readecuaciones	2.190,30
	Equipos de cómputo	1.194,40
	muebles y encerres	1.399,00
	artículos decorativos	159,00
<b>SUBTOTAL DE ACTIVOS FIJOS</b>		<b>4.942,70</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>		
	Valor del proyecto	1.500,00
	constitución legal	347,50
	Servicios profesionales	200,00
<b>SUBTOTAL DE ACTIVOS DIFERIDOS</b>		<b>2.047,50</b>
<b>CAPITAL DE TRABAJO</b>		
Costos de Producción		
	suministros de oficina	191,15
	materia prima	147,50
	mantenimiento de equipos de cómputo	50,00
	mano de obra directa	3.709,00
<b>TOTAL</b>		<b>3.906,50</b>
Gastos Generales		
	servicios básicos (luz y agua)	-
	arriendo	300,00
	Pago consumo internet	240,00

	teléfono (consumo)	300,00
	Artículos de limpieza y otros	133,50
	depreciaciones de activos	663,67
<b>TOTAL</b>		<b>1.637,17</b>
costos de operación		
	Publicidad	960,00
	hojas volantes	24,00
	Sueldos Administrativos	6.764,00
<b>TOTAL</b>		<b>7.748,00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>		<b>20.281,87</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información Primaria

### 5.8.1.1 Activos Fijos

Ver en Análisis Técnico (Pág.:79 - 81)

### 5.8.1.2 Activos Diferidos

#### ✓ Valor del proyecto

Para la obtención del valor del proyecto se toma en cuenta todos los materiales tangibles e intangibles que fueron base para la realización total del proyecto dando como resultado un valor estimado de 1500 dólares.

**Cuadro No 29**

VALOR DEL PROYECTO	
INVERSIÓN TANGIBLE	GASTOS
Material de Oficina	20.00
Copias	5.00
Internet	120.00
Asesoramiento	600.00
Impresión	50
CD	3.00
Infocus	50.00
Cámara Fotográfica	150.00
Transporte	190.00
Alimentación	10.50
Movilización y alimentación del coordinador y director de tesis	20.00
Preparación del lugar para la exposición final: sillas, agua, bocaditos etc.	91.50
Alquiler de equipos de sonido	90.00
<b>RECURSO HUMANO</b>	
Mano de obra	100.00
<b>TOTAL</b>	<b>1500.00</b>

Autor: MagalyTandazo

Fuente: Información Primaria

✓ **Constitución Legal**

**Cuadro No 30**

<b>CONSTITUCIÓN LEGAL</b>			
<b>Unidades</b>	<b>Descripción de los Artículos</b>	<b>Precio/U.</b>	<b>Precio/T</b>
1	Formulario de Patente Municipal	1,00	1,00
1	Patente Municipal	22,00	22,00
1	Solicitud de búsqueda fonética IEPI	16,00	16,00
1	Registro de marca IEPI	116,00	116,00
1	Certificado del registro del MINTUR	-	-
1	Registro mercantil	45,00	45,00
1	Permiso de Bomberos (stiker)	5,00	5,00
1	Permiso de letrero	22,50	22,50
1	Registro ambiental	-	-
1	Superintendencia de Compañías	-	-
1	Control Sanitario	120,00	120,00
<b>Total</b>		<b>---</b>	<b>347,50</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Legal

**Cuadro No 31**

<b>SERVICIOS PROFESIONALES</b>			
<b>Unidades</b>	<b>Descripción de los Artículos</b>	<b>Precio/U.</b>	<b>Precio/T</b>
1	Abogado	100,00	100,00
1	Arquitecto	50,00	50,00
1	Notario	50,00	50,00
<b>Total</b>		<b>---</b>	<b>200,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Investigación primaria, análisis legal y técnico

### 5.8.1.3 Capital de trabajo

El capital de trabajo indica la cantidad de recursos que dispone la operadora para realizar sus operaciones después de satisfacer sus obligaciones o deudas a corto plazo.

### 5.8.1.4 Costos de Producción para paquetes turísticos

Los Costos de Producción son los rubros que representan al momento de procesar o elaborar los productos, en este caso se detalla los costos de materia prima explicados en el análisis técnico y los roles de pago en cuanto a mano de obra.



**Cuadro No 32**

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>Unidades</b>	<b>Descripción de los Artículos</b>	<b>Precio/U.</b>	<b>Precio/T</b>
1	Cajas de grapas Alex 26/6 de 500	0,75	0,75
14	Carpetas Folder	0,30	4,20
6	Cartuchos de tinta para impresora	11,00	66,00
15	Facturas 100 unidades	3,50	52,50
4	Lapicero	0,30	1,20
1	Portaminas rotring 0,5	4,50	4,50
4	Resma de papel Bond A4	7,00	28,00
1	Sello automático blanco con negro pequeño	10,00	10,00
1	libro de acciones	10,00	10,00
2	recibero	7,00	14,00
<b>Total</b>		---	<b>191,15</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Gráficas Santiago

**Cuadro No 33**

<b>COSTOS DE MATERIA PRIMA PARA COMPRA DE PAQUETES A LA MAYORISTA</b>			
<b>Unidades</b>	<b>Descripción de los Artículos</b>	<b>Precio/U.</b>	<b>Precio/T</b>
9	COSTA	7	63,00
4	SIERRA	7	28,00
5	AMAZONÍA	7	35,00
<b>Total</b>		---	<b>126,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información Primaria

**Cuadro No 34**

<b>COSTOS DE MATERIA PRIMA PARA ELABORACIÓN DE PAQUETE TURÍSTICO A CATACocha</b>			
<b>Unidades</b>	<b>Descripción de los Artículos</b>	<b>Precio/U.</b>	<b>Precio/T</b>
	CATACocha		
	creación del circuito		21,50
<b>Total</b>		---	<b>21,50</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información Primaria

**Cuadro No 35**

<b>MANTENIMIENTO</b>			
<b>Unidades</b>	<b>Descripción de los Artículos</b>	<b>Precio/U.</b>	<b>Precio/T</b>
2	Mantenimiento de equipos de cómputo	25,00	50,00
<b>Total</b>		-	<b>50,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Información Primaria

**Cuadro No 36**

SUELDO MANO DE OBRA DIRECTA	
Descripción	C/T
Counter	3709
<b>Total</b>	<b>3709</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

**5.8.1.5 Gastos Generales****Cuadro No 37**

ARTÍCULOS DE LIMPIEZA Y OTROS			
Unidades	Descripción de los Artículos	Precio/U.	Precio/T
5	Ambiental	1,00	5,00
1	Basurero	5,00	5,00
1	Basurero para baño	5,00	5,00
1	Cera para piso – galón	3,50	3,50
1	Dispensador de jabón	7,00	7,00
1	Dispensador de papel	7,00	7,00
1	Dispensador de toallas de manos desechables	5,00	5,00
2	Escoba	2,50	5,00
6	Papel Higiénico Familia 12 rollos	12,50	75,00
2	Recogedor de basura	2,00	4,00
2	Rodapiés – Alfombrado	6,00	12,00
<b>Total</b>		---	<b>133,50</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Todo Hogar

**Cuadro No 38**

SERVICIOS BÁSICOS			
Unidades	Descripción de los Artículos	Precio T	Precio anual
12	Renta del local	25,00	300,00
12	Pago consumo internet	20,00	240,00
12	pago de consumo telefónico	25,00	300,00
<b>Total</b>		---	<b>840,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Netplus, CNT

**Cuadro No 39**

TABLA DE DEPRECIACIONES				
DESCRIPCIÓN	INVERSIÓN INICIAL	%	VIDA UTIL	TASA ANUAL
<b>READECUACIONES</b>				
Alisado con mortero 1:2	72,00	10%	10	7,20
Enlucido vertical paletado fino con mortero 1:3	218,40	10%	10	21,84
Empastados paredes interiores	124,80	10%	10	12,48

Pintura interior	104,00	10%	10	10,40
Pintura exterior	22,50	10%	10	2,25
Barredera de madera	53,70	10%	10	5,37
Arreglo de puertas	45,00	10%	10	4,50
Parquet	592,00	10%	10	59,20
Iluminación con tubo fluorescente	213,00	10%	10	21,30
Reubicación de iluminación interior	37,00	10%	10	3,70
Iluminación con ojos de buey	238,40	10%	10	23,84
Cielo raso de gypsum	450,00	10%	10	45,00
Limpieza final de la obra	19,50	10%	10	1,95
<b>TOTAL</b>				<b>123,24</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				
Televisor	230,00	10%	10	23,00
Teléfono fax	45,00	10%	10	4,50
muebles de sala de star	594,00	10%	10	59,40
Revistero	200,00	10%	10	20,00
escritorio	150,00	10%	10	15,00
archivador	100,00	10%	10	10,00
Sillas	80,00	10%	10	8,00
<b>TOTAL</b>				<b>139,90</b>
<b>SERVICIOS COMPLEMENTARIOS</b>				
Botiquín de primeros auxilios "Handsaplas"	10	10%	10	1,00
Extintor de fuego de 5k.	17,5	10%	10	1,75
<b>TOTAL</b>				<b>2,75</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTO</b>				
impresora Epson Stylus TX200	110,4	33%	3,03	36,43
Cartuchos de tinta para impresora	11	33%	3,03	3,63
cámara fotográfica	120	33%	3,03	39,60
portatil hp	950	33%	3,03	313,50
Flash Memory 4 GB. LG	14	33%	3,03	4,62
<b>TOTAL</b>				<b>397,78</b>
<b>TOTAL DEPRESIACIONES</b>				<b>663,67</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Técnico

### 5.8.1.6 Gastos de Operación

**Cuadro No 40**

PUBLICIDAD			
Unidades	Descripción de los Artículos	Precio/U.	Precio/T
2	hojas volantes * 100	12,00	24,00
12	contrato de publicidad radial	80,00	960,00
<b>Total</b>		---	<b>984,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Imprenta Arrobo, Radio CatacochaStereo

### Cuadro No 41

SUELDOS ADMINISTRATIVOS	
Descripción	C/T
Gerente	6764
<b>Total</b>	<b>6764</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

#### 5.8.1.7 Plan de Producción

El plan de producción permite determinar a través de los productos específicos y los precios establecidos para cada uno de ellos los ingresos que se percibirán en cada uno de los años del tiempo de vida útil, para este cálculo además se debe tomar en cuenta el porcentaje de preferencia realizado en la encuesta para cada uno de los productos que se brindará.

### Cuadro No 42

TABLA DE INGRESOS								
CATAY TRAVEL								
PROYECCIÓN AÑO 2012 – 2021								
año	Capacidad utilizada	Capacidad Optima de manejo	resultado porcentual de la capacidad utilizada	%preferencia a producto	cant. Total paquetes	pax	ingreso	total
2012	18	48%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
2013	18	48%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
2014	18	48%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
2015	18	48%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
2016	18	48%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
2017	18	48%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
2018	18	49%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
2019	18	49%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
2020	18	49%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
2021	18	49%	9	65,23%	6	225	21244,50	3399,12
<b>TOTAL INGRESOS PAQUETE TURÍSTICO A LA COSTA</b>								<b>33991,20</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

**Cuadro No 43**

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD OPTIMA DE MANEJO	RESULTADO PORCENTUAL DE LA CAPACIDAD UTILIZADA	%PREFERENCIA PRODUCTO	CANT. TOTAL PAQUETES	PAX	INGRESO	TOTAL
2012	10	50%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
2013	10	50%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
2014	10	50%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
2015	10	50%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
2016	10	50%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
2017	10	52%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
2018	10	52%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
2019	10	52%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
2020	10	53%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
2021	10	54%	5	55,02%	3	100	25000	4000,00
<b>TOTAL INGRESOS DE PAQUETE TURÍSTICO A LA SIERRA</b>								<b>40000,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

**Cuadro No 44**

AÑO	CAPACIDAD UTILIZADA	CAPACIDAD OPTIMA DE MANEJO	RESULTADO PORCENTUAL DE LA CAPACIDAD UTILIZADA	%PREFERENCIA PRODUCTO	CANT. TOTAL PAQUETES	PAX	INGRESO	TOTAL
2012	10	50%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
2013	10	50%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
2014	10	50%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
2015	10	50%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
2016	10	50%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
2017	10	51%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
2018	10	51%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
2019	10	51%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
2020	10	52%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
2021	10	53%	5	62,33%	3	125	7162,5	1146,00
<b>TOTAL INGRESOS DE PAQUETES TURÍSTICOS A LA AMAZONÍA</b>								<b>5730,00</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

**Cuadro No 45**

<b>AÑO</b>	<b>CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>CAPACIDAD OPTIMA DE MANEJO</b>	<b>RESULTADO PORCENTUAL DE LA CAPACIDAD UTILIZADA</b>	<b>%PREFERENCIA PRODUCTO</b>	<b>CANT. TOTAL PAQUETES</b>	<b>PAX</b>	<b>INGRESO</b>	<b>TOTAL</b>
2012	20	75%	15	46,96%	7	135	1908,9	13446,29
2013	20	75%	15	46,96%	7	135	1908,9	13446,29
2014	20	75%	15	46,96%	7	135	1908,9	13446,29
2015	20	75%	15	46,96%	7	135	1908,9	13446,29
2016	20	75%	15	46,96%	7	135	1908,9	13446,29
2017	20	80%	16	46,96%	8	135	1908,9	14342,71
2018	20	80%	16	46,96%	8	135	1908,9	14342,71
2019	20	81%	16	46,96%	8	150	2121	16135,55
2020	20	82%	16	46,96%	8	150	2121	16334,75
2021	20	85%	17	46,96%	8	150	2121	16932,37
<b>TOTAL INGRESOS DE PAQUETE TURÍSTICO A CATACocha</b>								<b>67231,46</b>

**Autor:** Magaly Tandazo

**Fuente:** Análisis Financiero

### 5.8.1.8 Costos de Producción Totales

**Cuadro No 46**

PROYECCIÓN DE COSTOS TOTALES											
		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
<b>Costos de Producción</b>											
	materia prima	147,50	152,41	157,49	162,73	168,15	173,75	179,54	185,51	191,69	198,08
	suministros de oficina	191,15	197,52	204,09	210,89	217,91	225,17	232,67	240,41	248,42	256,69
	mano de obra directa	3709	4268,7	4439,7	4620,1	4.810,78	4.970,98	5.136,52	5.307,56	5.484,30	5.666,93
	gastos generales	1637,172	1691,7	1748,0	1806,2	1.866,38	1.928,53	1.992,75	2.059,11	2.127,68	2.198,53
TOTAL		5.684,8	6.310,3	6.549,3	6.800,0	7.063,2	7.298,4	7.541,5	7.792,6	8.052,1	8.320,2
<b>costos de operación</b>											
	Publicidad radial	960	991,97	1.025,00	1.059,13	1.094,40	1.130,85	1.168,50	1.207,41	1.247,62	1.289,17
	hojas volantes	24	24,80	25,63	26,48	27,36	28,27	29,21	30,19	31,19	32,23
	sueldos administrativos	6764	7.789,54	8.077,78	8.379,37	8.695,23	8.984,78	9.283,98	9.593,13	9.912,59	10.242,68
	intereses pagados	1549,00	1452,63	1344,90	1224,46	1089,82	939,30	771,03	582,91	372,61	137,51
TOTAL		9.297,00	10.258,93	10.473,30	10.689,43	10.906,81	11.083,20	11.252,72	11.413,64	11.564,01	11.701,58
		<b>14.981,82</b>	<b>16.569,22</b>	<b>17.022,56</b>	<b>17.489,39</b>	<b>17.970,04</b>	<b>18.381,63</b>	<b>18.794,19</b>	<b>19.206,24</b>	<b>19.616,10</b>	<b>20.021,81</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

## 5.9 ANÁLISIS FINANCIERO

### 5.9.1 Financiamiento

Luego de la realización del estudio económico del proyecto se obtuvo una inversión el mismo que será financiado el 30% por los accionistas y el 70% en base a un crédito efectuado en la Cooperativa de Ahorro y Crédito JEP, el aporte de cada uno de los socios será 2028.19 USD, dando un total de 6084.56 USD. El crédito bancario será de 14.197.31 USD con tasa del 11.20%, las cuotas en las que se realizará el pago son mensuales, dando un total de 120 cuotas que se cancelarán durante 10 años como se muestra en la tabla de amortizaciones.

**Cuadro No 47**

FINANCIAMIENTO		
	PORCENTAJE	VALOR
PROPIO	30%	6.084,56
CRÉDITO	70%	14.197,31
REQUERIMIENTO DE CAPITAL	100%	<b>20.281,87</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

**Cuadro No 48**

AMORTIZACIONES					
	SALDO INICIAL	PAGO PROGRAMADO	CAPITAL	INTERÉS	SALDO FINAL
1	14197,3	197,18	64,67034	132,51	14132,64006
2	14132,64006	197,18	65,27393	131,90	14067,36614
3	14067,36614	197,18	65,88315	131,30	14001,48299
4	14001,48299	197,18	66,49806	130,68	13934,98493
5	13934,98493	197,18	67,11871	130,06	13867,86622
6	13867,86622	197,18	67,74515	129,43	13800,12107
7	13800,12107	197,18	68,37744	128,80	13731,74363
8	13731,74363	197,18	69,01563	128,16	13662,72801
9	13662,72801	197,18	69,65977	127,52	13593,06824
10	13593,06824	197,18	70,30993	126,87	13522,75831
11	13522,75831	197,18	70,96616	126,21	13451,79215
12	13451,79215	197,18	71,62851	125,55	13380,16364
13	13380,16364	197,18	72,29704	124,88	13307,86660
14	13307,86660	197,18	72,97181	124,21	13234,89479
15	13234,89479	197,18	73,65288	123,53	13161,24191
16	13161,24191	197,18	74,34031	122,84	13086,90160
17	13086,90160	197,18	75,03415	122,14	13011,86745



18	13011,86745	197,18	75,73447	121,44	12936,13298
19	12936,13298	197,18	76,44133	120,74	12859,69165
20	12859,69165	197,18	77,15478	120,02	12782,53687
21	12782,53687	197,18	77,87489	119,30	12704,66198
22	12704,66198	197,18	78,60172	118,58	12626,06026
23	12626,06026	197,18	79,33534	117,84	12546,72492
24	12546,72492	197,18	80,07580	117,10	12466,64912
25	12466,64912	197,18	80,82318	116,36	12385,82595
26	12385,82595	197,18	81,57752	115,60	12304,24842
27	12304,24842	197,18	82,33892	114,84	12221,90951
28	12221,90951	197,18	83,10741	114,07	12138,80210
29	12138,80210	197,18	83,88308	113,30	12054,91902
30	12054,91902	197,18	84,66599	112,51	11970,25303
31	11970,25303	197,18	85,45621	111,72	11884,79682
32	11884,79682	197,18	86,25380	110,92	11798,54302
33	11798,54302	197,18	87,05883	110,12	11711,48419
34	11711,48419	197,18	87,87138	109,31	11623,61281
35	11623,61281	197,18	88,69151	108,49	11534,92130
36	11534,92130	197,18	89,51930	107,66	11445,40200
37	11445,40200	197,18	90,35481	106,82	11355,04718
38	11355,04718	197,18	91,19813	105,98	11263,84905
39	11263,84905	197,18	92,04931	105,13	11171,79975
40	11171,79975	197,18	92,90844	104,27	11078,89131
41	11078,89131	197,18	93,77558	103,40	10985,11573
42	10985,11573	197,18	94,65082	102,53	10890,46491
43	10890,46491	197,18	95,53423	101,64	10794,93068
44	10794,93068	197,18	96,42588	100,75	10698,50480
45	10698,50480	197,18	97,32586	99,85	10601,17894
46	10601,17894	197,18	98,23423	98,94	10502,94471
47	10502,94471	197,18	99,15108	98,03	10403,79363
48	10403,79363	197,18	100,07649	97,10	10303,71714
49	10303,71714	197,18	101,01054	96,17	10202,70660
50	10202,70660	197,18	101,95331	95,23	10100,75329
51	10100,75329	197,18	102,90487	94,27	9997,84842
52	9997,84842	197,18	103,86532	93,31	9893,98311
53	9893,98311	197,18	104,83472	92,34	9789,14838
54	9789,14838	197,18	105,81318	91,37	9683,33520
55	9683,33520	197,18	106,80077	90,38	9576,53443
56	9576,53443	197,18	107,79758	89,38	9468,73685
57	9468,73685	197,18	108,80369	88,37	9359,93316
58	9359,93316	197,18	109,81919	87,36	9250,11397
59	9250,11397	197,18	110,84417	86,33	9139,26980
60	9139,26980	197,18	111,87872	85,30	9027,39108
61	9027,39108	197,18	112,92292	84,26	8914,46817

62	8914,46817	197,18	113,97686	83,20	8800,49130
63	8800,49130	197,18	115,04065	82,14	8685,45066
64	8685,45066	197,18	116,11436	81,06	8569,33629
65	8569,33629	197,18	117,19809	79,98	8452,13820
66	8452,13820	197,18	118,29194	78,89	8333,84626
67	8333,84626	197,18	119,39600	77,78	8214,45025
68	8214,45025	197,18	120,51036	76,67	8093,93989
69	8093,93989	197,18	121,63513	75,54	7972,30476
70	7972,30476	197,18	122,77039	74,41	7849,53437
71	7849,53437	197,18	123,91625	73,26	7725,61813
72	7725,61813	197,18	125,07280	72,11	7600,54533
73	7600,54533	197,18	126,24014	70,94	7474,30518
74	7474,30518	197,18	127,41839	69,76	7346,88680
75	7346,88680	197,18	128,60762	68,57	7218,27918
76	7218,27918	197,18	129,80796	67,37	7088,47121
77	7088,47121	197,18	131,01950	66,16	6957,45171
78	6957,45171	197,18	132,24235	64,94	6825,20936
79	6825,20936	197,18	133,47661	63,70	6691,73275
80	6691,73275	197,18	134,72239	62,46	6557,01035
81	6557,01035	197,18	135,97980	61,20	6421,03055
82	6421,03055	197,18	137,24895	59,93	6283,78160
83	6283,78160	197,18	138,52994	58,65	6145,25166
84	6145,25166	197,18	139,82288	57,36	6005,42878
85	6005,42878	197,18	141,12790	56,05	5864,30088
86	5864,30088	197,18	142,44509	54,73	5721,85579
87	5721,85579	197,18	143,77458	53,40	5578,08121
88	5578,08121	197,18	145,11648	52,06	5432,96473
89	5432,96473	197,18	146,47090	50,71	5286,49384
90	5286,49384	197,18	147,83796	49,34	5138,65588
91	5138,65588	197,18	149,21778	47,96	4989,43810
92	4989,43810	197,18	150,61048	46,57	4838,82762
93	4838,82762	197,18	152,01618	45,16	4686,81145
94	4686,81145	197,18	153,43499	43,74	4533,37645
95	4533,37645	197,18	154,86705	42,31	4378,50940
96	4378,50940	197,18	156,31248	40,87	4222,19692
97	4222,19692	197,18	157,77140	39,41	4064,42552
98	4064,42552	197,18	159,24393	37,93	3905,18159
99	3905,18159	197,18	160,73021	36,45	3744,45139
100	3744,45139	197,18	162,23035	34,95	3582,22104
101	3582,22104	197,18	163,74450	33,43	3418,47653
102	3418,47653	197,18	165,27279	31,91	3253,20375
103	3253,20375	197,18	166,81533	30,36	3086,38841
104	3086,38841	197,18	168,37228	28,81	2918,01614
105	2918,01614	197,18	169,94375	27,23	2748,07239

106	2748,07239	197,18	171,52989	25,65	2576,54250
107	2576,54250	197,18	173,13084	24,05	2403,41166
108	2403,41166	197,18	174,74672	22,43	2228,66494
109	2228,66494	197,18	176,37769	20,80	2052,28724
110	2052,28724	197,18	178,02389	19,15	1874,26336
111	1874,26336	197,18	179,68544	17,49	1694,57791
112	1694,57791	197,18	181,36251	15,82	1513,21541
113	1513,21541	197,18	183,05522	14,12	1330,16018
114	1330,16018	197,18	184,76374	12,41	1145,39644
115	1145,39644	197,18	186,48820	10,69	958,90824
116	958,90824	197,18	188,22876	8,95	770,67949
117	770,67949	197,18	189,98556	7,19	580,69393
118	580,69393	197,18	191,75876	5,42	388,93517
119	388,93517	197,18	193,54851	3,63	195,38667
120	195,38667	197,18	195,35496	1,82	0,03171
			14197,3	9464,15	

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

### 5.9.2 Cash Flow o Flujo de Caja

La proyección de flujo de caja es la base fundamental para la evaluación del proyecto. Esta proyección se la puede realizar con datos del estudio de mercado y técnico, en los cuales se obtiene la cantidad de productos que se demanda y la asignación de los recursos necesarios para el producto.

El flujo de caja permite determinar la cobertura de todas las necesidades de efectivo a lo largo de años de vida útil del proyecto.

**Cuadro No 49**

CASH FLOW											
INGRESOS		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	costa	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12
	sierra	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
	amazonía	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00
	Catacocha	13.446,29	13.446,29	13.446,29	13.446,29	13.446,29	14.342,71	14.342,71	16.135,55	16.334,75	16.932,37
<b>TOTAL</b>		<b>21.991,41</b>	<b>21.991,41</b>	<b>21.991,41</b>	<b>21.991,41</b>	<b>21.991,41</b>	<b>22.887,83</b>	<b>22.887,83</b>	<b>24.680,67</b>	<b>24.879,87</b>	<b>25.477,49</b>
<b>Costos de producción</b>		5.684,82	6.310,28	6.549,26	6.799,95	7.063,22	7.298,43	7.541,47	7.792,60	8.052,09	8.320,23
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>16.306,59</b>	<b>15.681,13</b>	<b>15.442,15</b>	<b>15.191,46</b>	<b>14.928,19</b>	<b>15.589,40</b>	<b>15.346,36</b>	<b>16.888,07</b>	<b>16.827,78</b>	<b>17.157,26</b>
<b>Gastos Administrativos</b>											
	Publicidad	960,00	991,97	1.025,00	1.059,13	1.094,40	1.130,85	1.168,50	1.207,41	1.247,62	1.289,17
	Sueldos Administrativos	6.764,00	6.989,24	7.221,98	7.462,47	7.710,98	8.984,78	9.283,98	9.593,13	9.912,59	10.242,68
		<b>7.724,00</b>	<b>7.981,21</b>	<b>8.246,98</b>	<b>8.521,61</b>	<b>8.805,38</b>	<b>10.115,63</b>	<b>10.452,48</b>	<b>10.800,55</b>	<b>11.160,21</b>	<b>11.531,84</b>
<b>UAI</b>		<b>8.582,59</b>	<b>7.699,92</b>	<b>7.195,17</b>	<b>6.669,85</b>	<b>6.122,81</b>	<b>5.473,77</b>	<b>4.893,88</b>	<b>6.087,52</b>	<b>5.667,58</b>	<b>5.625,42</b>
<b>Intereses</b>		1.549,00	1.452,63	1.344,90	1.224,46	1.089,82	939,30	771,03	582,91	372,61	137,51
<b>UAI</b>		<b>7.033,59</b>	<b>6.247,29</b>	<b>5.850,27</b>	<b>5.445,39</b>	<b>5.032,99</b>	<b>4.534,47</b>	<b>4.122,86</b>	<b>5.504,61</b>	<b>5.294,96</b>	<b>5.487,91</b>
<b>25%</b>		1.758,40	1.561,82	1.462,57	1.361,35	1.258,25	1.133,62	1.030,71	1.376,15	1.323,74	1.371,98
<b>15%</b>		1.055,04	937,09	877,54	816,81	754,95	680,17	618,43	825,69	794,24	823,19
<b>UAC</b>		<b>4.220,16</b>	<b>3.748,37</b>	<b>3.510,16</b>	<b>3.267,24</b>	<b>3.019,80</b>	<b>2.720,68</b>	<b>2.473,71</b>	<b>3.302,77</b>	<b>3.176,98</b>	<b>3.292,75</b>
<b>Depreciaciones</b>		663,67	663,67	663,67	265,89	345,77	345,77	345,77	345,77	345,77	345,77
<b>Capital</b>		817,15	913,51	1.021,25	1.141,68	1.276,33	1.426,85	1.595,12	1.783,23	1.993,53	2.228,63
<b>CASH FLOW</b>	- 20.281,87	<b>5.700,97</b>	<b>5.325,56</b>	<b>5.195,08</b>	<b>4.674,81</b>	<b>4.641,89</b>	<b>4.493,30</b>	<b>4.414,60</b>	<b>5.431,77</b>	<b>5.516,28</b>	<b>5.867,15</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

### 5.9.3 Valor Actual Neto (VAN)

Este factor expresa en términos absolutos el valor actual de los recursos obtenidos al final del periodo de duración del proyecto de inversión debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

- Si el VAN es positivo y mayor a 1 significa que es conveniente financieramente.
- Si el VAN es negativo, y mayor que 1 no es conveniente financieramente.
- Si el VAN es igual a 0 es indiferente el proyecto

De acuerdo a la definición de este indicador económico se considera que si el resultado obtenido a través de la sumatoria de los flujos actualizados de una tasa porcentual promedio es mayor a uno el proyecto es rentable, en este caso la elevada cifra obtenida representa un elevado nivel de productividad.

**Cuadro No 50**

VALOR ACTUAL NETO			
No AÑOS	FLUJO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
0	- 20.281,87	1,00	- 20.281,87
1	5.700,97	1,13	5.027,31
2	5.325,56	1,29	4.141,32
3	5.195,08	1,46	3.562,49
4	4.674,81	1,65	2.826,91
5	4.641,89	1,88	2.475,31
6	4.493,30	2,13	2.112,94
7	4.414,60	2,41	1.830,63
8	5.431,77	2,73	1.986,26
9	5.516,28	3,10	1.778,81
10	5.867,15	3,52	1.668,39
<b>TASA DE OPORTUNIDAD</b>	<b>13,40%</b>		<b>7.128,50</b>

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

### 5.9.4 Tasa Interna de Retorno (TIR)

Se define como la tasa de descuento que hace que el valor presente VAN, de entradas de efectivo sean igual a la inversión neto relacionada con un proyecto.

La tasa obtenida a través del TIR equivalente a 20.62% y comparada con las tasas del mercado local representa una cantidad moderable, lo que significa que se puede invertir en el proyecto.

**Cuadro No 51**

TASA INTERNA DE RETORNO					
N° AÑO	FLUJO	Tasa Menor		Tasa Mayor	
		FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	VALOR ACTUALIZADO
0	-\$ 20.281,87	1,0000000	-\$ 20.281,87	1,0000000	-\$ 20.281,87
1	\$ 5.700,97	1,2100000	\$ 4.711,55	1,2200000	\$ 4.672,93
2	\$ 5.325,56	1,4641000	\$ 3.637,43	1,4884000	\$ 3.578,04
3	\$ 5.195,08	1,7715610	\$ 2.932,49	1,81584800	\$ 2.860,97
4	\$ 4.674,81	2,1435888	\$ 2.180,83	2,21533456	\$ 2.110,21
5	\$ 4.641,89	2,5937425	\$ 1.789,65	2,70270816	\$ 1.717,50
6	\$ 4.493,30	3,1384284	\$ 1.431,70	3,29730396	\$ 1.362,72
7	\$ 4.414,60	3,7974983	\$ 1.162,50	4,02271083	\$ 1.097,42
8	\$ 5.431,77	4,5949730	\$ 1.182,11	4,90770721	\$ 1.106,78
9	\$ 5.516,28	5,5599173	\$ 992,15	5,98740280	\$ 921,31
10	5.867,15	6,7274999	\$ 872,11	7,30463142	\$ 803,21
			<b>\$ 610,66</b>		<b>-\$ 50,78</b>
<b>TASA MENOR</b>		<b>21,00%</b>			
<b>TASA MAYOR</b>		<b>22,00%</b>			
<b>TIR DEL PROYECTO</b>		<b>21,92%</b>			

Autor: Magaly Tandazo Fuente: Análisis Financiero

### 5.9.5 Relación Beneficio Costo (RBC)

Es la cantidad monetaria que se gana a partir de un dólar de inversión. En este indicador económico obtuvimos un resultado de 1.30 USD de rentabilidad, de acuerdo a la finalidad de este cálculo se deduce que por cada dólar invertido en el negocio se obtendrá 0.30 centavos de rentabilidad,

que al igual que el TIR resulta un negocio rentable que genera ganancias económicas.

**Cuadro No 52**

RELACIÓN BENEFICIO COSTO							
	INGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	INGRESOS ACTUALIZADOS	EGRESOS	FACTOR DE ACTUALIZACIÓN	EGRESOS ACTUALIZADOS	RELACIÓN BENEFICIO COSTO
1	\$ 21.991,41	1,1356000	\$ 19.365,46	\$ 14.981,82	1,13560000	\$ 13.192,87	
2	\$ 21.991,41	1,2895874	\$ 17.053,06	\$ 16.569,22	1,28958736	\$ 12.848,46	
3	\$ 21.991,41	1,4644554	\$ 15.016,78	\$ 17.022,56	1,46445541	\$ 11.623,82	
4	\$ 21.991,41	1,6630356	\$ 13.223,66	\$ 17.489,39	1,66303556	\$ 10.516,54	
5	\$ 21.991,41	1,8885432	\$ 11.644,64	\$ 17.970,04	1,88854318	\$ 9.515,29	
6	\$ 22.887,83	2,1446296	\$ 10.672,16	\$ 18.381,63	2,14462964	\$ 8.571,00	
7	\$ 22.887,83	2,4354414	\$ 9.397,82	\$ 18.794,19	2,43544141	\$ 7.716,95	
8	\$ 24.680,67	2,7656873	\$ 8.923,88	\$ 19.206,24	2,76568727	\$ 6.944,47	
9	\$ 24.879,87	3,1407145	\$ 7.921,72	\$ 19.616,10	3,14071446	\$ 6.245,74	
10	\$ 25.477,49	3,5665953	\$ 7.143,36	\$ 20.021,81	3,56659535	\$ 5.613,70	
			<b>\$ 120.362,55</b>			<b>\$ 92.788,86</b>	<b>\$ 1,30</b>
	<b>TASA DE OPORTUNIDAD</b>	<b>13,56%</b>					

Autor: Magaly Tandazo Fuente: Análisis Financiero

### 5.9.6 Estado de Pérdidas y Ganancias (PYG)

Es uno de los estados financieros que demuestra la utilidad o pérdida que se obtiene durante un periodo económico y cómo se ha producido, este análisis permite conocer cómo se desenvuelve la empresa y hacer previsiones para el futuro.

En el caso de la operadora el estado de pérdidas y ganancias muestra numéricamente que empezará a ganar desde el primer año de labor, convirtiéndola en una empresa rentable.

**Cuadro No 53**

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS											
INGRESOS		2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
	Costa	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12	3.399,12
	sierra	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00	4.000,00
	amazonía	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00	1.146,00
	Catacocha	13.446,29	13.446,29	13.446,29	13.446,29	13.446,29	14.342,71	14.342,71	16.135,55	16.334,75	16.932,37
<b>TOTAL</b>		<b>21.991,41</b>	<b>21.991,41</b>	<b>21.991,41</b>	<b>21.991,41</b>	<b>21.991,41</b>	<b>22.887,83</b>	<b>22.887,83</b>	<b>24.680,67</b>	<b>24.879,87</b>	<b>25.477,49</b>
<b>Costos de producción</b>		<b>5.684,82</b>	<b>6.310,28</b>	<b>6.549,26</b>	<b>6.799,95</b>	<b>7.063,22</b>	<b>7.298,43</b>	<b>7.541,47</b>	<b>7.792,60</b>	<b>8.052,09</b>	<b>8.320,23</b>
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>16.306,59</b>	<b>15.681,13</b>	<b>15.442,15</b>	<b>15.191,46</b>	<b>14.928,19</b>	<b>15.589,40</b>	<b>15.346,36</b>	<b>16.888,07</b>	<b>16.827,78</b>	<b>17.157,26</b>
<b>Gastos Administrativos</b>											
	Publicidad	960,00	991,97	1.025,00	1.059,13	1.094,40	1.130,85	1.168,50	1.207,41	1.247,62	1.289,17
	hojas volantes	24,00	24,80	25,63	26,48	27,36	28,27	29,21	30,19	31,19	32,23
	Sueldos Administrativos	6.764,00	6.989,24	7.221,98	7.462,47	7.710,98	8.984,78	9.283,98	9.593,13	9.912,59	10.242,68
		<b>7.748,00</b>	<b>7.981,21</b>	<b>8.246,98</b>	<b>8.521,61</b>	<b>8.805,38</b>	<b>10.115,63</b>	<b>10.452,48</b>	<b>10.800,55</b>	<b>11.160,21</b>	<b>11.531,84</b>
<b>UAIL</b>		<b>8.558,59</b>	<b>7.699,92</b>	<b>7.195,17</b>	<b>6.669,85</b>	<b>6.122,81</b>	<b>5.473,77</b>	<b>4.893,88</b>	<b>6.087,52</b>	<b>5.667,58</b>	<b>5.625,42</b>
<b>Intereses</b>		<b>1.549,00</b>	<b>1.452,63</b>	<b>1.344,90</b>	<b>1.224,46</b>	<b>1.089,82</b>	<b>939,30</b>	<b>771,03</b>	<b>582,91</b>	<b>372,61</b>	<b>137,51</b>
<b>UAI</b>		<b>7.009,59</b>	<b>6.247,29</b>	<b>5.850,27</b>	<b>5.445,39</b>	<b>5.032,99</b>	<b>4.534,47</b>	<b>4.122,86</b>	<b>5.504,61</b>	<b>5.294,96</b>	<b>5.487,91</b>
<b>25%</b>		<b>1.752,40</b>	<b>1.561,82</b>	<b>1.462,57</b>	<b>1.361,35</b>	<b>1.258,25</b>	<b>1.133,62</b>	<b>1.030,71</b>	<b>1.376,15</b>	<b>1.323,74</b>	<b>1.371,98</b>
<b>15%</b>		<b>1.051,44</b>	<b>937,09</b>	<b>877,54</b>	<b>816,81</b>	<b>754,95</b>	<b>680,17</b>	<b>618,43</b>	<b>825,69</b>	<b>794,24</b>	<b>823,19</b>
<b>UAC</b>		<b>4.205,76</b>	<b>3.748,37</b>	<b>3.510,16</b>	<b>3.267,24</b>	<b>3.019,80</b>	<b>2.720,68</b>	<b>2.473,71</b>	<b>3.302,77</b>	<b>3.176,98</b>	<b>3.292,75</b>
<b>10%</b>		<b>420,58</b>	<b>374,84</b>	<b>351,02</b>	<b>326,72</b>	<b>301,98</b>	<b>272,07</b>	<b>247,37</b>	<b>330,28</b>	<b>317,70</b>	<b>329,27</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>3.785,18</b>	<b>3.373,54</b>	<b>3.159,15</b>	<b>2.940,51</b>	<b>2.717,82</b>	<b>2.448,62</b>	<b>2.226,34</b>	<b>2.972,49</b>	<b>2.859,28</b>	<b>2.963,47</b>

Autor: MagalyTandazo

Fuente: Análisis Financiero



## 5.9.7 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio, en términos de contabilidad de costos, es aquel punto de actividad (volumen de ventas) donde los ingresos totales son iguales a los costos totales, es decir, el punto de actividad donde no existe utilidad ni pérdida.

### 5.9.7.1 Punto de Equilibrio en Ventas

**Cuadro No 54**

PUNTO DE EQUILIBRIO										
<b>COSTOS FIJOS</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
sueldos administrativos	6764,00	7789,54	8077,78	8379,37	8695,23	8984,78	9283,98	9593,13	9912,59	10242,68
intereses pagados	1549,00	1452,63	1344,90	1224,46	1089,82	939,30	771,03	582,91	372,61	137,51
mano de obra directa	3709,00	4268,67	4439,66	4620,10	4810,78	4970,98	5136,52	5307,56	5484,30	5666,93
mantenimiento de equipos de cómputo	50,00	51,67	53,39	55,16	57,00	58,90	60,86	62,89	64,98	67,14
Arriendo	300,00	309,99	320,31	330,98	342,00	353,39	365,16	377,32	389,88	402,86
servicios básicos (luz y agua)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Artículos de limpieza y otros	133,50	137,95	142,54	147,29	152,19	157,26	162,49	167,91	173,50	179,27
teléfono (consumo)	300,00	309,99	320,31	330,98	342,00	353,39	365,16	377,32	389,88	402,86
Publicidad	960,00	991,97	1025,00	1059,13	1094,40	1130,85	1168,50	1207,41	1247,62	1289,17
<b>TOTAL</b>	<b>13765,50</b>	<b>15312,39</b>	<b>15723,88</b>	<b>16147,46</b>	<b>16583,43</b>	<b>16948,84</b>	<b>17313,69</b>	<b>17676,45</b>	<b>18035,36</b>	<b>18388,43</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>										
materia prima	147,5	152,41	157,49	162,73	168,15	173,75	179,54	185,51	191,69	198,08
suministros de oficina	191,15	197,5153	204,09255	210,88884	217,9114	225,1679	232,666	240,4138	248,4195	256,6919
<b>TOTAL</b>	<b>338,65</b>	<b>349,93</b>	<b>361,58</b>	<b>373,62</b>	<b>386,06</b>	<b>398,92</b>	<b>412,20</b>	<b>425,93</b>	<b>440,11</b>	<b>454,77</b>

<b>Ingresos totales</b>	21991,41	21991,41	21991,41	21991,41	21991,41	22887,83	22887,83	24680,67	24879,87	25477,49
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO PARA VENTAS</b>	PE \$=	costos fijos								
		1-	costos variables							
		ingresos totales								
	<b>13980,79</b>	<b>15559,98</b>	<b>15986,74</b>	<b>16426,54</b>	<b>16879,75</b>	<b>17249,49</b>	<b>17631,22</b>	<b>17986,86</b>	<b>18360,14</b>	<b>18722,62</b>
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

### 5.9.7.2 Punto de Equilibrio en Capacidades

El punto de equilibrio en capacidades desarrollado permite evidenciar que la empresa para no ganar ni perder debe trabajar a más del 50% pero no es necesario llegar al límite de trabajo 100%, lo cual demuestra que está dentro del rango de capacidad de la empresa.

**Cuadro No 55**

<b>PUNTO DE EQUILIBRIO PARA CAPACIDADES</b>	PE \$=	COSTOS FIJOS			*100					
		ingresos totales - costos variables								
	<b>64%</b>	<b>71%</b>	<b>73%</b>	<b>75%</b>	<b>77%</b>	<b>75%</b>	<b>77%</b>	<b>73%</b>	<b>74%</b>	<b>73%</b>
	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021

Autor: Magaly TandazoFuente: Análisis Financiero

### 5.9.8 Sensibilidad

#### 5.9.8.1 Sensibilidad en los Ingresos

En cuanto a la disminución de ingresos el proyecto no es sensible por tanto es rentable.

**Cuadro No 56**

SENSIBILIDAD DE INGRESOS									
No años	Ingresos	Egresos	Nuevos Ingresos	Nuevo Flujo	Factor de actualización	Nuevo Flujo Actualizado	F. Actualización Tasa Alta	N. Flujo Actualizado Mayor	Nueva TIR
0	- 20.281,87			- 20.281,87	1	- 20.281,87	1	- 20.281,87	21,7%
1	21991,41	14981,82	21903,45	6921,62791	1,22	5.673,47	1,23	5.627,34	
2	21991,41	16569,22	21903,45	5334,22954	1,4884	3.583,87	1,5129	3.525,83	
3	21991,41	17022,56	21903,45	4880,88467	1,81585	2.687,94	1,860867	2.622,91	
4	21991,41	17489,39	21903,45	4414,06069	2,21533	1.992,50	2,288866	1.928,49	
5	21991,41	17970,04	21903,45	3933,40895	2,70271	1.455,36	2,815306	1.397,15	
6	22887,83	18381,63	22796,28	4414,65108	3,2973	1.338,87	3,462826	1.274,87	
7	22887,83	18794,19	22796,28	4002,09223	4,02271	994,87	4,259276	939,62	
8	24680,67	19206,24	24581,95	5375,70379	4,90771	1.095,36	5,238909	1.026,11	
9	24879,87	19616,1	24780,35	5164,25445	5,9874	862,52	6,443859	801,42	
10	25477,49	20021,81	25375,58	5353,77	7,30463	732,93	7,925946	675,47	
				<b>29.512,81</b>		<b>135,81</b>		<b>- 462,65</b>	
Tasa menor		22,0%							
Tasa mayor		23,0%							
Disminución de ingresos		0,40%							
TIR del proyecto		21,9%							
Sensibilidad		1%	0,0						

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

### 5.9.8.2 Sensibilidad en los Costos

En los costos el proyecto no es sensible, por tanto el proyecto es rentable.

**Cuadro No 57**

SENSIBILIDAD EN EL INCREMENTO DE COSTOS									
No años	Ingresos	Egresos	Nuevos egresos	Nuevos Flujos	Factor de actualización	Nuevo Flujo Actualizado	Factor Actualización Tasa Alta	Nuevo Flujo Actual Tasa Mayor	Nueva TIR
0	- 20.281,87			- 20.281,87	1	- 20.281,87	1	- 20.281,87	23%
1	21991,41	14981,818	14959,8266	7031,58	1,22	5.763,59	1,23	5.716,74	
2	21991,41	16569,2164	16547,225	5444,19	1,4884	3.657,74	1,5129	3.598,51	
3	21991,41	17022,5613	17000,5699	4990,84	1,815848	2.748,49	1,860867	2.682,00	
4	21991,41	17489,3853	17467,3939	4524,02	2,21533456	2.042,14	2,28886641	1.976,53	
5	21991,41	17970,037	17948,0456	4043,37	2,70270816	1.496,04	2,81530568	1.436,21	
6	22887,83	18381,6286	18358,7408	4529,09	3,29730396	1.373,57	3,46282599	1.307,92	
7	22887,83	18794,1875	18771,2997	4116,53	4,02271083	1.023,32	4,25927597	966,49	
8	24680,67	19206,2434	19181,5628	5499,11	4,90770721	1.120,50	5,23890944	1.049,67	
9	24879,87	19616,1003	19591,2204	5288,65	5,9874028	883,30	6,44385861	820,73	
10	25477,49	20021,8073	19996,3298	5481,16	7,30463142	750,37	7,9259461	691,55	
				<b>30.666,67</b>		<b>577,20</b>		<b>- 35,54</b>	
Tasa Menor	22%								
Tasa Mayor	23%								
Incremento en los costos	0,1%								
TIR del Proyecto	21,92%								
Sensibilidad	-5%	-0,20255351							

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Tabla de Ingresos

### 5.9.9 Periodo de Recuperación de Capital

El cálculo del periodo de recuperación del capital o de inversión, permitió determinar con exactitud el tiempo en que se estiman que los ingresos superen la inversión, resultados que demuestran que en el séptimo año, en el octavo mes y a los veintisiete días se recupera el capital invertido en la implementación de la empresa.

**Cuadro No 58**

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL		
INVERSIÓN	AÑOS	
20281,872	0	
FLUJOS ACTUALIZADOS		
5.020,23	1	
4.129,66	2	
3.547,45	3	
2.811,01	4	
2.457,92	5	
2.095,14	6	
1.812,65	7	21.874.07
1.963,99	8	
1.756,38	9	
1.645,03	10	
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL		
AÑOS	MESES	DÍAS
7	8	27

Autor: Magaly Tandazo

Fuente: Análisis Financiero

## 5.10 CUMPLIMIENTO DEL TERCER OBJETIVO DEL PROYECTO DE TESIS



Figura No 12  
Cumplimiento del tercer objetivo  
**Autor:** Magaly Tandazo  
**Fuente:** propia

Para el cumplimiento del tercer objetivo se hizo revisar el trabajo investigativo para su aprobación, consecuentemente a esto se envió invitaciones a las siguientes autoridades que de alguna manera se han involucrado en el desarrollo del proyecto:

- Coordinador de la carrera Lic. Diana Nagua Suing.
- Director de Tesis Ing. Rodrigo Culcay
- Vicealcalde del Municipio del cantón Paltas Dr. Danilo Celi.
- Encargada del Departamento de Promoción Cultural y Turística Ing. María Esther Celi.
- Jefe del Departamento de Plan de Desarrollo del Gobierno Local del Cantón Paltas Lic. Willan Coello.

Luego se procedió a solicitar en secretaría el salón del pueblo para realizar la exposición de los resultados.

La exposición se la realizó el día 3 de Agosto del año 2011 a las 10 de la mañana, se contó con la presencia de las 3 autoridades del Municipio del cantón Paltas.

A la culminación de la exposición se aceptó recomendaciones por parte de las autoridades quienes supieron manifestar que la empresa será de gran ayuda al momento de promoción y venta de los atractivos turísticos de Catacocha y por ende estarán gustosos de brindar su ayuda a este proyecto. Finalmente se recibió una certificación firmada por las 3 autoridades presentes (ver anexo 2 Figura 48)

# **CONCLUSIONES**



## 6. CONCLUSIONES

- Según el resultado de las encuestas y el análisis Técnico, se puede desarrollar la propuesta para implementar una operadora de turismo en la parroquia Catacocha Cantón Paltas como aporte a la difusión y venta de los atractivos turísticos del mismo.
- Se logró realizar un diagnóstico situacional del entorno interno y externo de la Parroquia Catacocha Cantón Paltas, con el propósito de establecer una línea de base para el proyecto de factibilidad en la creación de la operadora de turismo, la misma que genera ventas de paquetes de turismo a nivel local y nacional.
- Dentro del desarrollo del proyecto se estableció un circuito turístico de la variedad de atractivos turísticos existentes en la parroquia Catacocha y Lourdes, con la finalidad de llamar la atención a nuestros potenciales compradores.
- Se pudo realizar la socialización del tercer objetivo del proyecto, donde se expuso todos los resultados alcanzados durante el tiempo de desarrollo del proyecto, se presentó el proyecto de implementación de la operadora de turismo; el mismo que tuvo una gran acogida de parte de todas las autoridades vinculadas con él proyecto, para de esta manera dar a conocer nuestro aporte como profesionales de la Universidad Nacional de Loja.
- El proyecto de factibilidad para la implementación de una operadora de turismo en la parroquia Catacocha cantón Paltas es rentable, lo que quiere decir que se puede ejecutar en cualquier momento.
- No existe suficiente información turística no solo en el cantón Paltas sino en todos los cantones de la provincia de Loja que permita realizar

una investigación con datos exactos e importantes para el desarrollo de cualquier tipo de proyectos.

- En el estudio de mercado para el desarrollo del proyecto de factibilidad de la operadora de turismo, se estableció que existe demanda insatisfecha en el cantón Paltas.
- Referente a la relación beneficio costo del proyecto de factibilidad para implementar la operadora de turismo, es de 1,30 dólares, lo que significa que por cada dólar invertido la empresa tiene 0.30ctv de ganancia.
- El análisis financiero establece que el valor actual neto del proyecto es de 7.128,50 dólares, es decir se obtuvo un resultado positivo por sobre la tasa propuesta del 13.40%, con un período de recuperación de 7 años, 8 meses y 27 días para la inversión inicial del proyecto.
- En cuanto a la tasa interna de retorno que se obtuvo del estudio de factibilidad para la implementación de una operadora de turismo, es de 21,92% lo que demuestra la rentabilidad y ejecución del proyecto.
- Referente a la sensibilidad el proyecto, no es sensible con un total de 0.05 en cuanto a la disminución de ingresos lo cual no genera efectos en el proyecto y en los costos es de -0.20 lo que significa que el proyecto no es sensible.

# **RECOMENDACIONES**

## 7. RECOMENDACIONES

- Se recomienda al Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Paltas o a las personas que sea tomado en cuenta en este proyecto para su revisión y ejecución, con la finalidad de que pongan en marcha o sugieran este proyecto de factibilidad, como aporte al desarrollo turístico y económico de la parroquia Catacocha.
- A todos los estudiantes de la Universidad Nacional de Loja o interesados en proyectos de inversión, que hagan uso del presente trabajo investigativo como fuente de información para trabajos, mejorando y ampliando los datos relacionados con el tema.
- Al o los emprendedores, para que el proyecto tenga éxito en el mercado competitivo realice una buena promoción de marketing, con el fin de difundir los excelentes servicios que brinda la empresa.
- A la comunidad que contribuya al cuidado de los atractivos turísticos que posee su lugar de hábitat, pues son fundamentales para promocionar al Cantón Paltas y mejorar su estilo de vida.
- Al Instituto Nacional de Patrimonio Cultural que exija el no daño a las fachadas de las casas antiguas pues son fundamentales en el nombre que Catacocha ha ganado como “CATACOCHA PATRIMONIO CULTURAL”
- A la Universidad Nacional de Loja, en especial a los docentes que imparten cátedra a los estudiantes del décimo módulo de turismo, que pongan más énfasis en la explicación detallada acerca de la elaboración y desarrollo de proyectos de inversión, para maximizar el éxito de los mismos.

# **BIBLIOGRAFÍA**

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Aprea, G. Martínez Mendoza, R.C. (2002). V Congreso Internacional de la Federación Latinoamericana de Semiótica. Buenos Aires, Argentina.
- Carballo y Jiménez. (2003). Indicadores socioeconómicos y estrategias para combatir la pobreza en el cantón Quilanga.
- Decreto 90/2010, de 22 de julio, por el que se regula la actividad turística de restauración y los establecimientos donde se desarrolla (BOC de 30 de julio de 2010).
- Ecosur 2003. Diagnóstico del corredor turístico Loja-Ayavaca(sector Loja: Colambo-Yacuri). Loja. Ecuador.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Paltas. (2006-2021) Plan de desarrollo cantonal.Loja. Ecuador.
- *Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Gonzanamá. (2006-2020) Plan de desarrollo cantonal Gonzanamá*. Loja, Ecuador
- Hargadon, J. M. (2010). Contabilidad de Costos, Colombia, Editorial Norma Ecuador, Ministerio de Turismo de la ciudad de Loja.
- Mora Zambrano, A. (1998) Matemáticas Financieras; Bogotá.
- Plandetur 2020 Loja Turística, *Cafeterías, Loja turístico*. Loja. Ecuador.

### Internet

- Rodríguez G. M. L. (2011); Proyecto de Inversión.<http://www.monografias.com/trabajos16/proyecto-inversión/proyecto-inversión.shtml>.
- Stanton, Etzel y Walker, McGraw Hill. (2004) Fundamentos de Marketing, 13a. Edición, Pág. 212.
- <http://www.camarazaragoza.com/docs/Bolas Proyectos/Cafeteria.pdf>.
- <http://www.lojaturístico.com/?q=node/191>.
- <http://www.consumoteca.com/diccionario/cafeteria>
- <http://pwp.007mundo.com/pbejar/pbejar2006104173541.htm>
- [http://es.wikipedia.org/wiki/Capital de Trabajo](http://es.wikipedia.org/wiki/Capital_de_Trabajo)
- Microsoft® Encarta® 2009. [www.monografias.com](http://www.monografias.com)
- <http://www.mundorestaurantes.mx/tag/restaurantes-tematicos-2/>  
<http://ricoverimarketing.es.tripod.com/RicoveriMarketing/id24.html>

**ANEXOS**

## **8. ANEXOS**

### **9.1 ANEXO 1: Anteproyecto**

#### **1.- TEMA**

“PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN LA PARROQUIA CATACOCCHA CANTÓN PALTAS”



## 2.- PROBLEMÁTICA

En el 2010 el turismo mundial gracias a la recuperación de la economía estadounidense y el crecimiento de Asia llegó al 6.7 %, para este año está pronosticado un crecimiento mundial entre el 4 y 5 %.<sup>120</sup>

Tanto para el Ecuador como para otros países el sector turístico juega un papel crucial en la economía de la región, desde el punto de vista de creación de empleo y producción así como en la generación de divisas.

El turismo receptivo en Ecuador inicia en el mes de enero con un crecimiento del 9.83% con respecto al mismo mes del año anterior, lo que quiere decir que tenemos que estar preparados para dar acogida a los turistas, pues no solo en nuestro país existe este crecimiento sino en otros países de América como Perú, Colombia y Estados Unidos.

Para poder competir con estos países que tienen un porcentaje mayor depende de las inversiones efectuadas para crear un producto atractivo y seguro, mejorar su calidad y proporcionar un entorno que estimule la competencia y la facilite. . Esto sitúa en escena a la empresa turística como las operadoras de turismo, al comercio de servicios y los destinos turísticos, para los cuales un producto turístico de calidad es la suma de las contribuciones y procesos de numerosos agentes, tanto públicos como privados. La noción de calidad de un producto turístico incluye como factor básico una garantía de seguridad, adoptar un enfoque profesional para hacer las cosas bien en todo momento y satisfacer las expectativas legítimas de los consumidores.

Para la ciudad de Loja ha resultado de gran ayuda la existencia de operadoras de turismo pues su objetivo principal es vender paquetes de productos que resulten atractivos a los clientes bajo normativas profesionales y éticas, esto ha logrado la satisfacción de los turistas ya que

---

<sup>20</sup>(<http://www.turismo.gob.ec/indec>)

dentro de esto se toma en cuenta factores importantes como alojamiento, transporte, alimentación, guianza, excursiones etc.

La parroquia Catacocha como otros lugares que conforman el cantón Paltas desde su creación han basado su economía en la producción agrícola y pecuaria, pero esta economía se ha visto afectada por una serie de inconvenientes entre los que podemos hacer notar los siguientes, la falta de riego y de tecnologías apropiadas, los cuales no permiten obtener una buena cosecha y por ende tampoco la venta de los mismos, el sistema de manejo de los pastos que influyen en una baja producción pecuaria, ocasionando que aumente en un 90.08% el índice de pobreza en este lugar y por consecuente se ve afectado las relaciones comerciales con otros cantones aledaños.

La repercusión que trae esta situación, es la baja afluencia tanto de comerciantes como de turistas pues si la ciudad no cuenta con ingresos económicos no está en condiciones de atenderlos, afectando no solo a vendedores, agricultores y ganaderos sino también se han visto afectadas las empresas dedicadas a la prestación de servicios turísticos como son: hoteles, restaurants, transporte y también microempresas que no están dedicadas al turismo como tiendas, mercados etc.

Para mejorar esta situación es necesario tomar alternativas nuevas que ayuden apaciguar de alguna manera los problemas que atraviesa la comunidad, pues ya que por motivos expuestos anteriormente la agricultura y ganadería ya no genera ingresos que permita a la población cubrir sus necesidades básicas como educación, salud, alimentación entre otras.

Entre las alternativas tenemos el turismo el cual han dejado de lado durante mucho tiempo ya sea por miedo al cambio o al fracaso en el tema de invertir en algo intangible, para cambiar esta situación pongo a consideración el desarrollo de mi tema de tesis denominado "**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN LA PARROQUIA CATACOCHA CANTÓN PALTAS**". Basado en el estudio

de proyectos de emprendimiento teniendo como fin el aportar con conocimientos teórico- práctico a la solución de la siguiente problemática **“LA NECESIDAD DE MEJORAR LA ECONOMÍA A TRAVÉS DE LA VENTA DE PRODUCTOS TURÍSTICOS A LOS VISITANTES”**lo cual ayudará a mejorar la economía del lugar, logrando introducir a Catacocha como un destino digno de apreciar y conocerlo no solo como un pueblo agricultor y ganadero sino como un pueblo que invierte para el desarrollo de su país.

### **3.- JUSTIFICACIÓN**

La Universidad nacional de Loja es una institución de formación académica y profesional basada en sólidas bases científicas y técnicas de disposición social y valores que orienta a sus estudiantes a adquirir una conciencia benéfica, demostrándolo a través de la investigación el cual permite tener un vínculo entre la universidad y la sociedad.

Por lo expuesto, como futuro profesional de la U.N.L, perteneciente al Área Jurídica Social y Administrativa de la carrera de Administración Turística y como ente participativo de la sociedad, justifico el siguiente trabajo desde lo académico, generando ideas emprendedoras que sirva de apoyo al desarrollo social, económico y educativo a la comunidad, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos durante el transcurso de mi formación profesional.

Desde lo económico el siguiente trabajo se lo justifica, en los ingresos que la empresa aportará para el ejecutor del proyecto, por otro lado es importante saber que se verán beneficiados otras empresas como transporte, restaurants, tiendas de ropa, abarrotes, gasolineras y lo más importante es que venderemos rutas turísticas ordenadas y atractivas al consumidor.

Desde el punto de vista social la empresa ayudará a la población, mediante la difusión que realizará de los productos turísticos a apreciar sus valores patrimoniales, naturales y culturales vinculándose con el desarrollo y cuidado de los mismos.

## **4.- OBJETIVOS**

### **OBJETIVO GENERAL**

- DESARROLLAR UNA PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR UNA OPERADORA DE TURISMO EN LA PARROQUIA CATACOCHA CANTÓN PALTAS QUE APORTE A LA DIFUSIÓN Y VENTA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MISMO.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Realizar un diagnóstico situacional del entorno interno y externo, para establecer una línea base de la información establecida.
- Establecer un circuito turístico de los atractivos turísticos en la parroquia Catacocha con la finalidad de llamar la atención a nuestros potenciales compradores.
- Exponer los resultados a lograr con la implementación de la operadora de turismo a las autoridades vinculadas con el proyecto para de esta manera dar a conocer nuestro aporte como profesionales de la Universidad Nacional de Loja.

## **5.- MARCO TEÓRICO**

### **1. PROYECTO DE INVERSIÓN**

- 1.1 Conceptualización
- 1.2 Estudio de mercado
- 1.3 Estudio técnico
- 1.4 estudio financiero

### **2. TIPOS DE PROYECTO**

- 2.1 Proyecto de inversión privado
- 2.2 Proyecto de inversión pública
- 2.3 Ciclo de vida de los proyectos
  - 2.3.1 Generación y análisis de la idea del proyecto
  - 2.3.2 Estudio del nivel del perfil
  - 2.3.3 Estudio de la prefactibilidad
  - 2.3.4 Estudio de la factibilidad
  - 2.3.5 Etapas de inversión
  - 2.3.6 Etapas de operación
  - 2.3.7 Etapas de evaluación de resultados
  - 2.3.8 Cálculo de la rentabilidad de inversión
  - 2.3.9 Cálculo del valor presente o neto
  - 2.3.10 Cálculo del TIR
  - 2.3.11 Cálculo de la relación beneficio costo

### **3. OPERADORA DE TURISMO**

- 3.1 Nombre o razón social
- 3.2 Titularidad de la empresa
- 3.3 Tipo de empresa
- 3.4 Organización administrativa
- 3.5 Estructura orgánica
- 3.6 Descripción de funciones

## **4. CANTÓN PALTAS**

4.1 Toponimia

4.2 Geografía

4.2.1 Clima

4.2.2 Precipitación

4.3 Fecha de cantonización

4.4 Situación y límites

4.5 Turismo

4.5.1 Alojamiento

4.5.2 Alimento y bebidas

4.5.3 Servicios básicos

4.6 Cultura

4.7 Comercio

4.8 Aspectos arqueológicos

## **6.- METODOLOGÍA**

Para llevar a cabo la elaboración del presente trabajo he visto la necesidad de emplear algunos métodos y técnicas de acuerdo a las expectativas y características del proyecto.

Para el desarrollo del objetivo general que tiene por denominación “DESARROLLAR UNA PROPUESTA PARA IMPLEMENTAR UNA OPERADORA DE TURISMO EN LA PARROQUIA CATACOCCHA CANTÓN PALTAS QUE APORTE A LA DIFUSIÓN Y VENTA DE LOS ATRACTIVOS TURÍSTICOS DEL MISMO.”

Debemos realizar un documento por escrito formado por una serie de estudios que permitan tener la idea y a las instituciones que lo apoyan para saber si la idea es viable, que se pueda realizar y dar ganancias.

Entre estos estudios tenemos:

### **ESTUDIO DE MERCADO**

Este estudio permitirá estimar las ventas definiendo el producto o servicio, cual es la demanda de este producto, quien lo compra y cuanto se compra en la ciudad, o en el área donde está el mercado.

Al estudio lo realizaremos mediante la recopilación de información de fuentes secundarias provenientes de Instituciones involucradas como son MINISTERIO DE TURISMO, MUNICIPIO DEL CANTÓN PALTAS, DIRECCIÓN DE EDUCACIÓN.

Con la técnica de la encuesta obtendremos la información de oferta y demanda del mercado.



## **ESTUDIO TÉCNICO**

Para el estudio técnico se utilizará el método investigativo para definir la ubicación de la empresa, los materiales, máquinas y el personal necesario para llevar a cabo este proyecto.

Además se describirá el proceso que se va a usar y cuánto costará toda la inversión.

## **ESTUDIO FINANCIERO**

Mediante este estudio se demostrará si el proyecto es rentable, utilizando los resultados de presupuestos de los estudios anteriores.

Aplicaremos los siguientes cálculos estadísticos el VAN, TIR, análisis de sensibilidad, periodos de recuperación de capital, relación beneficio costo.

## **ESTUDIO LEGAL ADMINISTRATIVO**

Se determinará los aspectos organizativos, planeación estratégica, estructura organizacional, aspectos legales, fiscales, laborales y requisitos necesarios para su habilitación.

Esto se realizará por medio de un abogado con una minuta de la empresa luego se procederá a sacar requisitos y formalidades para su correcto funcionamiento.

Para el desarrollo del primer objetivo específico que es “Realizar un diagnóstico situacional del entorno interno y externo, para establecer una línea base de la información establecida.”

Para el análisis situacional del entorno interno y externo de la empresa es necesario realizar el diagnóstico FODA el cual se efectúa aplicando la técnica de la encuesta ya que es la mejor manera de conocer el número de potenciales clientes.

Para aplicar las encuestas tomaremos en cuenta a estudiantes de bachillerato de las instituciones educativas del cantón Paltas, debido a que son potenciales turistas ya sea por estudio de campo que se obliga hacer para mejora de la educación o por viajes de término de año escolar, para lo cual nuestra empresa estará presta para brindarles paquetes que se acomoden a su economía y facilidades para viajar.

Por otro lado están los trabajadores tanto de empresas públicas como privadas de las cuales haremos una selección basándonos por su rama de actividad.

### TABLA DE VALORES DE SEGMENTO DE MERCADO PARA APLICAR A LA MUESTRA

<b>COLEGIOS (estudiantes de bachillerato)</b>	<b>1242</b>
<b>DOCENTES DE INSTITUCIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS (escuela, colegios y universidades)</b>	<b>672</b>
<b>TOTAL</b>	<b>1914</b>

$$n = \frac{N}{1 + e^2(N)}$$

**N: segmento de mercado**      **e<sup>2</sup>: margen de error**

**n: número de encuestas 1: constante**

$$n = \frac{1914}{1+(0.05)^2(1914)} \quad n = \frac{1914}{1+(0.0025)(1914)} \quad n = \frac{1914}{1+4.785}$$

$$n = \frac{1914}{5.785} \quad n = 330.86$$

Para el diagnóstico PORTER se aplicará la técnica de la entrevista, la cual va dirigida a representantes de las operadoras de turismo existentes y en

normal funcionamiento de la ciudad de Loja, cuyos resultados determinarán la competitividad en el mercado.

Para el desarrollo del segundo objetivo específico que es “Establecer rutas turísticas de los atractivos turísticos en la parroquia Catacocha con la finalidad de llamar la atención a nuestros potenciales compradores”

En la operadora de turismo son de vital importancia las rutas turísticas que se le ofrecen al cliente, para la realización de éstas es obligatorio tener la suficiente información de cada uno de los atractivos que se van a incluir, para esto es necesario el método bibliográfico, una vez obtenida la información se tomará en cuenta el esquema propuesto por el Ministerio de Turismo, incluye ciertas características que lograrán la satisfacción del cliente.

Para el cumplimiento del tercer objetivo que es “Exponer los resultados a lograr con la implementación de la operadora de turismo a las autoridades vinculadas con el proyecto para de esta manera dar a conocer el aporte como profesionales de la Universidad Nacional de Loja.” Se utilizará el método explicativo, el cual se lo llevará a cabo con la presencia de representantes de la Universidad Nacional de Loja y autoridades invitadas del cantón. La explicación clara del proyecto de tesis permitirá dar a conocer las oportunidades que tiene el turismo y la comunidad con la implementación de la operadora de turismo permitiéndonos interactuar con la colectividad teórica y prácticamente.

Como apoyo a este método se utilizará técnicas de comunicación como medios audiovisuales que permiten la elaboración de diapositivas para su presentación e ilustración y por otro lado la fotografía que ayudará a plasmar imágenes en trípticos los cuales llevará información tanto de la empresa, de los servicios que ofrece como de los atractivos que promociona, estos trípticos se los diseñará utilizando el programa ILUSTRATOR CS5.

## 7.-CRONOGRAMA

	Marzo				Abril					Mayo				Junio				Julio					Agosto
	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	5	1
Ejecución del marco teórico			■	■																			
Estudio de mercado																							
Diagnóstico PORTER				■	■																		
Aplicación de encuestas						■	■	■															
Tabulación e interpretación de encuestas									■	■	■												
Análisis de mercado												■	■										
Estudio técnico																							
Localización													■										
Definición de procesos														■	■								
Manejo de costos															■	■							
Análisis económico – financiero																							
Medidas financieras																	■	■	■	■			
Análisis legal – administrativo																				■			
Análisis ambiental																					■		
Conclusiones y recomendaciones																						■	
Presentación del trabajo final																						■	■

## 8.- PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO

Las herramientas y materiales utilizadas para la elaboración del siguiente trabajo serán las siguientes.

### ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

<b>INVERSIÓN TANGIBLE</b>		<b>GASTOS</b>
Material de Oficina		20.00
Copias		5.00
Internet		120.00
Asesoramiento		600.00
Impresión		50
CD		3.00
Infocus		50.00
Cámara Fotográfica		150.00
Transporte		190.00
Alimentación		10.50
Movilización y alimentación del coordinador y director de tesis		20.00
Preparación del lugar para la exposición final: sillas, agua, bocaditos etc.		91.50
Alquiler de equipos de sonido		90.00
<b>RECURSO HUMANO</b>		
Mano de obra		100.00
<b>TOTAL</b>		<b>1500.00</b>
<b>ITEM</b>	<b>U\$\$</b>	<b>PARTICIPACIÓN</b>
<b>Aporte propio</b>	1500.00	100%
<b>TOTAL</b>	1500.00	100%

## 9.- BIBLIOGRAFÍA

**MINISTERIO DE TURISMO, *Turismo receptivo en Ecuador inicia el año con un crecimiento del 98.3%***, en línea. 8 de febrero del 2011 17:00 [http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=2868:turismo-receptivo-en-ecuador-inicia-el-ano-con-un-crecimiento-del-983&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151](http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=2868:turismo-receptivo-en-ecuador-inicia-el-ano-con-un-crecimiento-del-983&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151)

**MELISSA CAROLINA MENDOZA SOLÓRZANO, *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora de turismo***, en línea. Sangolquí 22 de septiembre del 2008, <http://www3.espe.edu.ec:8700/bitstream/21000/1855/2/T-ESPE-020087-I.pdf>

**LICENCIA CREATIVE COMMONS ATRIBUCIÓN COMPARTIR IGUAL, *Cantón Paltas***, en línea. 06 de enero del 2011 a las 14:06, [http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n\\_Paltas](http://es.wikipedia.org/wiki/Cant%C3%B3n_Paltas)

**ASOCIACIÓN NACIONAL DE OPERADORES DE TURISMO RECEPTIVO EN ECUADOR, *Misión y Visión***, <http://www.optur.org/competitividad-comercio-servicios-turisticos.html>

**LICENCIA CREATIVE COMMONS ATRIBUCIÓN COMPARTIR IGUAL, *Estudio de Mercado***, en línea. 24 de enero del 2011 a las 09:43, [http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio\\_de\\_mercado](http://es.wikipedia.org/wiki/Estudio_de_mercado)

**LANDEAU, REBECA. “Guía breve para la presentación de referencias y citas bibliográficas”**. En línea, Universidad Metropolitana Caracas. Actualización: abril 2005. 18 de Septiembre de 2005 <http://medusa.unimet.edu.ve/procesos/referencias.html#Cita%20textual>, <http://serviciosva.itesm.mx/cvr/investigacion/doc0142.htm>

**DIANA BRAVO DE ESPINOSA, *Creación de una agencia operadora de turismo y la oferta de paquetes medicinales***, tesis. 2000.

**GABRIELA DEL ROCÍO MEJÍA VÉLEZ; BEATRIZ MARIANELA SOTO CARRIÓN, *Estudio para la elaboración de una ruta de turismo de aventura en los cantones de Nangaritza y Yantzaza de la Prov. De Zamora Chinchipe***, tesis. 2010.

## 9.2 ANEXO 2: Figuras

- **Catacocha**



Figura No 13  
Monumento al Cóndor  
Autor: Magaly Tandazo



Figura No 14  
Monumento al Indio Paltas  
Autor: Magaly Tandazo



Figura No 15  
Monumento a la Madre  
Autor: Magaly Tandazo



Figura No 16  
Monumento a Monseñor Jorge Guillermo V.  
Autor: Magaly Tandazo



Figura No 17  
Obelisco 3 de Diciembre  
Autor: Magaly Tandazo



Figura No 18  
Balcón del Shiry  
Autor: Magaly Tandazo



Figura No 19  
Iglesia Matriz  
Autor: Magaly Tandazo

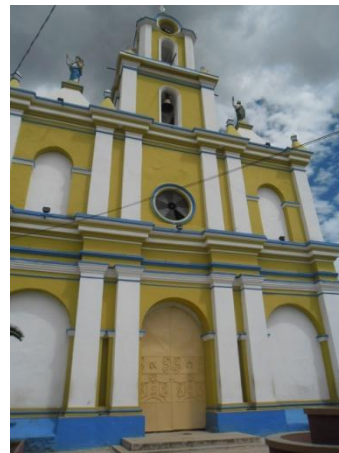


Figura No 20  
Iglesia Lourdes  
Autor: Magaly Tandazo



Figura No 21  
Museo Joaquín Liébana Calle  
Autor: Magaly Tandazo



Figura No 22  
Balcón Paltense  
Autor: Magaly Tandazo



- **Cuenca**



Figura No 23  
Iglesia San Blas  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 24  
Río Yanuncay  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 25  
Casa Colonial de Cuenca  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 26  
Parque Arqueológico de Pumapungo  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 27  
El Barranco  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 28  
Gualaceo  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 29  
Mirador El Turi  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 30  
Chordeleg  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 31  
Las Tres Lagunas  
Autor: Ministerio de Turismo

- **Zaruma**



Figura No 32  
Mina El Sexmo  
Autor: Ministerio de Turismo



Figura No 33  
Museo Mineralógico Magner Turner  
Autor: Ministerio de Turismo



Figura No 34  
Arquitectura de Zaruma  
Autor: Ministerio de Turismo

- **Machala**



Figura No 35  
Delfines nariz de botella  
Autor: Ministerio de Turismo

- **Zamora Chinchipe**



Figura No 36  
 Laberinto Mil Ilusiones  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 37  
 Encañonado de Miazzi  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 38  
 Reloj Gigante  
**Autor: Ministerio de Turismo**





Figura No 39  
 Tzanka  
**Autor: Ministerio de Turismo**



Figura No 40  
 Chicaña  
**Autor: Ministerio de Turismo**

## SOLICITUD DE BÚSQUEDA FONÉTICA

 <p><b>República del Ecuador</b>  <b>Instituto Ecuatoriano de</b>  <b>Propiedad Intelectual –IEPI–</b>  <b>Dirección de Documentación y</b>  <b>Estadística</b></p>	 <p><b>IEPI</b>  <small>INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</small></p>	<p style="text-align: right;">* Fe de presentación</p> <p style="text-align: right;">Solicitud N°:</p>
<p>A: Director de Documentación y Estadística. Solicito se me certifique si en la base de signos distintivos consta lo que a continuación detallo:</p>		
<p>Solicitante : <u>TANDAZO CALLE MAGALY ELIZABETH</u></p>		
<p>Abogado patrocinador : _____ Matricula N°: _____</p>		
<p><b>Tipo de signo</b></p>		
<p>Marca de fábrica <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Nombre Comercial <input checked="" type="checkbox"/></p>	<p>Marca de servicios <input checked="" type="checkbox"/></p> <p>Lema Comercial <input type="checkbox"/></p>	
<p>Registrada <input type="checkbox"/> En tramite de registro <input type="checkbox"/></p>		
<p>Clase Internacional N°: _____ y sus clases relacionadas según el caso</p>		
<p>Denominación: <u>" CATAY TRAVEL "</u></p>		
<p>Recaudos anexos:</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> Comprobantes pago N°:</p> <p>Otro sí:</p>	<p style="text-align: center;"> <input checked="" type="checkbox"/> _____  Firma solicitante </p> <p style="text-align: center;"> _____  Firma abogado patrocinador </p> <p> Casillero IEPI : _____  Casillero judicial : _____  Estudio jurídico : _____  Teléfonos : _____  Correo electrónico: _____ </p>	

Favor llenar el presente formulario a máquina o con letra legible

**Figura No 41**  
**Solicitud de búsqueda fonética**  
**Autor: IEPI**

**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES**  
**PERSONAS NATURALES**

**SRI**  
...le hace bien al país!

**NUMERO RUC:** 1104464399001

**APELLIDOS Y NOMBRES:** TANDAZO CALLE MAGALY ELIZABETH

**NOMBRE COMERCIAL:** \_\_\_\_\_

**CLASE CONTRIBUYENTE:** OTROS      **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** NO

**CALIFICACIÓN ARTESANAL:** \_\_\_\_\_      **NUMERO:** \_\_\_\_\_

---

**FEC. NACIMIENTO:** 02/01/1985      **FEC. ACTUALIZACION:** \_\_\_\_\_

**FEC. INICIO ACTIVIDADES:** 21/06/2010      **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:** \_\_\_\_\_

**FEC. INSCRIPCION:** 21/06/2010      **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:** \_\_\_\_\_

**ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:** \_\_\_\_\_

SERVICIOS PRESTADOS POR MUSICOS A TITULO INDIVIDUAL.

**DOMICILIO TRIBUTARIO:** \_\_\_\_\_

Provincia: LOJA Cantón: LOJA Parroquia: SUCRE Calle: COFANES Número: SN Intersección: PARAGUAY Referencia: A CINCO CUADRAS DE LA IGLESIA DEL BARRIO SAN PEDRO Teléfono: 072573024

**DOMICILIO ESPECIAL:** \_\_\_\_\_


**OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:** \_\_\_\_\_


\* DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA


Las personas naturales que superen los límites establecidos en el Reglamento para la Aplicación de la Ley de Equidad Tributaria, estarán obligadas a llevar contabilidad, convirtiéndose en agentes de retención, y no podrán acogerse al Régimen Simplificado (RISE)

Si supera los montos establecidos en el reglamento estará obligado a llevar contabilidad para el siguiente ejercicio fiscal y la presentación de sus obligaciones será mensual.

<b># DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:</b>	del 001 al 001	<b>ABIERTOS:</b>	1
<b>JURISDICCION:</b>	REGIONAL SUR LOJA	<b>CERRADOS:</b>	0

  
 FIRMA DEL CONTRIBUYENTE

  
 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS  
 LOJA

  
 SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

**Usuario:** APSE120606      **Lugar de emisión:** LOJA/BERNARDO      **Fecha y hora:** 30/05/2011 16:06:13

Página 1 de 2

**SRI.gov.ec**

**Figura No 42**  
**Registro Único de Contribuyentes**  
**Autor: Servicio de Rentas Internas**

**INSTITUTO ECUATORIANO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL IEPI**  
**FORMATO UNICO DE REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS**

1	<b>Nº. de Solicitud</b>	2	<b>Fecha de Presentación</b>
3	<b>Denominación del Signo</b>		
4	<b>Naturaleza del signo</b>	5	<b>Tipo de signo</b>
Denominativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Producto	<input type="checkbox"/>
Figurativo	<input type="checkbox"/>	Marca de Servicios	<input type="checkbox"/>
Mixto	<input type="checkbox"/>	Nombre Comercial	<input type="checkbox"/>
Tridimensional	<input type="checkbox"/>	Lema Comercial	<input type="checkbox"/>
Sonoro	<input type="checkbox"/>	Indica Geog/denominación origen	<input type="checkbox"/>
Olfativo	<input type="checkbox"/>	Apariencia Distintiva	<input type="checkbox"/>
Táctil	<input type="checkbox"/>	Marca Colectiva	<input type="checkbox"/>
		Marca de Certificación	<input type="checkbox"/>
		Rótulo Enseña	<input type="checkbox"/>
6	<b>Identificación del(os) solicitante(s)</b>		
Nombre(s):			
Dirección:			
Ciudad:		E-mail:	
Teléfonos:		Fax:	
Nacionalidad del Signo:			
Nacionalidad del Solicitante:			
7	<b>Quien(es) actúa(n) a través de</b>		
Representante	<input type="checkbox"/>	O	Apoderado <input type="checkbox"/>
Nombre:			
Dirección:			
Teléfono:		E-mail:	
Registro de poder Nº:		Fax:	
8	<b>Interés real para oposición Andina Art.- 147 - Decisión 486 CAN (llenar solo de ser el caso)</b>		
Esta solicitud se presenta para acreditar el interés real en el Expediente Nº.			
9	<b>E espacio reservado para la reproducción del signo mixto o figurativo (*)</b>		10
		<b>Descripción clara y completa del signo</b>	

**Figura No 43**  
**Formato único de signos distintivos**  
 Autor: IEPI

# GOBIERNO AUTÓNOMO DEL CANTÓN PALTAS

*Catacocha Patrimonio Cultural del Ecuador*



“La participación ciudadana impulsa el desarrollo”

Catacocha, de 20...

DEPARTAMENTO

Sr. Lic.  
Jorge Luis Feijoo Valarezo  
**ALCALDE DEL CANTON PALTAS**  
En su despacho



YO..... Morador del Sector.....  
Parroquia.....me permito solicitar.....

Por la atención, gracias.

Firma

Recepción Secretaría

Fecha	Hora	Firma

Alcalde

Fecha	Firma

Recepción de Documento

Fecha	Hora	Firma

Jefe Departamental

Fecha	Hora	Firma

Disponibilidad Física si ( ) no ( ) // Disponibilidad Económica si ( ) no ( )  
Resolución Final: \_\_\_\_\_

A conocimiento del Alcalde: si ( ) no ( ).

A conocimiento del Interesado: si ( ) no ( ).

Observaciones: \_\_\_\_\_

“Conciudadano, nuestro deber es servir..., los recursos nos limitan”

ESPECIE  
VALORADA

Nº 0032750

VALOR  
\$1.000

Figura No 44

Especie valorada de patente municipal

Autor: Gobierno Autónomo del cantón Paltas

H. CONSEJO PROVINCIAL DE LOJA Nº 000010  
DIRECCIÓN DE GESTIÓN AMBIENTAL

**CONSIDERANDO:**

Que de conformidad con lo establecido en el artículo 19 de la Ley de Gestión Ambiental, las obras públicas privadas o mixtas y los proyectos de inversión públicos o privados que puedan causar impactos ambientales, deben previamente a su ejecución ser calificados, por los organismos descentralizados de control, conforme el Sistema Único de Manejo Ambiental.

Que mediante resolución No 020 de fecha 06 de Abril del 2004 del Ministerio del Ambiente del Ecuador, el H. Consejo Provincial de Loja ha sido acreditado ante el SISTEMA ÚNICO DE MANEJO AMBIENTAL (SUMA).

Que REPRESANTA LEGAL ha cumplido con la presentación de los Estudios de Impacto Ambiental, pago de tasas ambientales y garantía bancaria del presupuesto del Plan de Manejo correspondiente, documentos y demás requisitos que fueron analizados y aprobados por la Dirección de Gestión Ambiental.

Que para el inicio de cualquiera actividad que suponga impacto ambiental en diferente nivel, debe contarse con la respectiva autorización otorgada por el H. Consejo Provincial de Loja, conforme así lo determina la Ordenanza que regula el procedimiento de evaluación de impactos ambientales generados por obras, actividades o proyectos de alcance provincial y su Reglamento y la señalada resolución Ministerial emite el:

**PERMISO AMBIENTAL DE EJECUCIÓN:**

DOMINIO DEL PROYECTO para que en sujeción al Estudio de Impacto Ambiental y Plan de Manejo proceda con la EJECUCION del PROYECTO LEGAL. Que se implementará en base de las alternativas tecnológicas, descripciones técnicas y compromisos asumidos, considerados en el Estudio de Impacto Ambiental.

Dado en Loja a los 16 días del mes de JUNIO del año .....

PREFECTO PROVINCIAL DE LOJA

DIRECTOR DE GESTIÓN AMBIENTAL DEL  
H. CONSEJO PROVINCIAL DE LOJA

PRE

DGS - Comunicación Visual

Nº 000010

INSTITUCIÓN: .....

PROYECTO: .....

LUGAR: .....

FECHA: .....

**Figura No 45**

**Permiso ambiental**

**Autor: Honorable Consejo Provincial de Loja**



.....a.....de.....del 20.....

Yo....., en calidad de Representante Legal de la Empresa....., solicito al (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo, se digne de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón social (Persona Jurídica): .....

Denominación:.....

Ubicación:.....

Provincia

Cantón

Ciudad

Calle

Nº.

Transversal

Sector

Nº. Teléfono

Fecha constitución: .....

Registro Único de Contribuyentes:.....

Monto de Inversión:.....

Número de empleados:.....

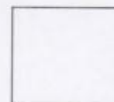
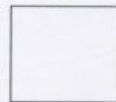
Tipo de Agencia: Internacional..... Operadora..... Mayorista.....

Internacional y Operadora (DUALIDAD).....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

CROQUIS



**Figura No 46**  
**Solicitud de registro para agencia de viajes**  
**Autor: Ministerio de Turismo**



INDIO PALTAS

GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO  
DEL CANTÓN PALTAS  
OFICINA DE PROMOCIÓN CULTURAL Y DE TURISMO  
CATACOCCHA - LOJA - ECUADOR



SHIRICULAPO

DR. DANILO CELI, Vicealcalde del Cantón Paltas,  
ING. MARIA ESTHER CELI, Promotor Cultural y Turística Municipal Encargada, y  
LIC. WILLAN COELLO, Jefe del Departamento de Plan de Desarrollo del Gobierno  
Local del cantón Paltas.

**CERTIFICAN:**

Que la Srta. Magaly Elizabeth Tandazo Calle, con número de cédula 1104464399, Egresada de la carrera de Administración Turística de la Universidad Nacional de Loja el día Miércoles 03 de Agosto del presente, realizó la respectiva socialización en las instalaciones del Ilustre Municipio del cantón Paltas exponiendo el proyecto de "FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN LA PARROQUIA CATACOCCHA CANTÓN PALTAS" realizando una magnifica aportación al turismo de nuestro cantón.

Lo anteriormente expuesto, lo digo en honor a la verdad, autorizando al interesado, hacer uso del presente documento en sus trámites personales.


Catacocha, agosto 03 de 2011.

  
DR. DANILO CELI  
Vicealcalde del Cantón Paltas



  
ING. MARIA ESTHER CELI.  
Promotor Cultural y Turismo (E).



  
LIC. WILLAN COELLO  
Plan de Desarrollo

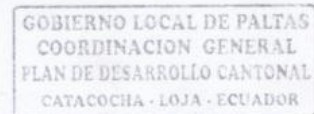



Figura No 47

Certificación emitida por las autoridades del cantón Paltas.

Autor: Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Paltas

9.3 ANEXO 3: Formato de Documentos



# NOTARÍA OCTAVA DEL CANTÓN LOJA

*Dr. Eduardo Ortega Ordóñez*

## TESTIMONIO

De la Escritura Pública de: CONSTITUCION DE LA COMPAÑIA OPERADORA  
CATAY TRAVEL  
DE TURISMO

Otorgada por: MARICELA TANDAEO ; CRISTHIAN TANDAEO  
MARCELY TANDAEO

A favor de: \_\_\_\_\_

Cuantía \$ 5000,00

Dirección: "Edificio Arroyo" Bolívar y Colón  
Teléfono: 2586424  
LOJA - ECUADOR

**ESCRITURA DE CONSTITUCIÓN DE LA COMPAÑÍA CATAY TRAVEL  
OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.**

**INTERVIENEN:**

**XIMENA PATRICIA TANDAZO CALLE**

**CRISTHIAN ALEXANDER TANDAZO CALLE**

**MAGALY ELIZABETH TANDAZO CALLE**

**CUANTÍA:**

**\$ 6084.56**

En la ciudad de Loja, Capital de la Provincia del mismo nombre, República del Ecuador, a los veintiocho días del mes de abril del año dos mil once, ante mí, Doctor EDUARDO ORTEGA ORDÓÑEZ, Notario Octavo del Cantón Loja, comparecen, el señor CRISTHIAN ALEXANDER TANDAZO CALLE, de estado civil divorciado, la Sra. XIMENA PATRICIA TANDAZO CALLE y la Srta. MAGALY ELIZABETH TANDAZO CALLE, de estado civil soltera. Todos los comparecientes por sus propios derechos, ecuatorianos, mayores de edad, capaces según derecho para el otorgamiento, vecinos de este cantón portadores de las respectivas cédulas de ciudadanía, a quienes de conocer doy fe y debidamente enterados e instruidos sobre la naturaleza y efectos del presente contrato al cual proceden libre y voluntariamente, me solicitan eleve a escritura pública el contenido de la minuta que al efecto me entregan y cuyo tenor literal es el siguiente: SEÑOR NOTARIO: En las escrituras públicas a su cargo sírvase insertar una que contiene el contrato de constitución de la compañía OPERADORA DE TURISMO CATAY TRAVEL Cía. Ltda, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: Comparecientes: concurren al otorgamiento de esta escritura los señores: XIMENA PATRICIA TANDAZO CALLE; ecuatoriano, casado, con cédula de identidad número uno uno cero uno nueve cinco seis cuatro uno tres(1101956413); CRISTHIAN ALEXANDER TANDAZO CALLE, ecuatoriano, divorciado, con cédula de identidad número uno uno cero tres seis cero cuatro ocho seis dos (1103604862) y MAGALY ELIZABETH TANDAZO CALLE, ecuatoriana, soltera, con cédula de identidad número uno, uno cero cuatro cuatro seis cuatro tres nueve nueve (1104464399); todos domiciliados en esta ciudad de Loja, legalmente capaces, sin

impedimento para establecer esta Compañía; quienes comparecen por sus propios derechos.

SEGUNDA: Los comparecientes convienen en constituir la Compañía de Responsabilidad Limitada “OPERADORA DE TURISMO CATAY TRAVEL CIA. LTDA.”, que se regirá por las Leyes del Ecuador y el siguiente Estatuto.

TERCERA: ESTATUTO DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA “OPERADORA DE TURISMO CATAY TRAVEL Cía. Ltda.”.-

ARTÍCULO UNO: NOMBRE, DOMICILIO, OBJETO SOCIAL Y PLAZO DE DURACIÓN.- La Compañía llevará el nombre de “OPERADORA DE TURISMO CATAY TRAVEL Cía. Ltda.”. ARTÍCULO DOS: DOMICILIO.- El

domicilio principal de la compañía es la ciudad de Catacocha, cantón Paltas, provincia de Loja y, por resolución de la Junta General de Socios, podrá establecer sucursales, agencias, oficinas y representaciones en cualquier lugar del país o del exterior conforme a la ley. ARTÍCULO TRES: OBJETO

SOCIAL.- La compañía tiene como objeto social principal: Diseñar, organizar, comercializar y distribuir los servicios turísticos y encontrar una respuesta adecuada para las necesidades de los clientes y proponer servicios de mayor calidad, efectividad y flexibilidad; canalizar estas grandes corrientes turísticas hacia los destinos más solicitados en ese momento en nuestro medio; contribuir al desarrollo de espacios turísticos a través del lanzamiento de viajes combinados como paquetes vacacionales y otros productos; crear y posicionar en el mercado nacional e internacional productos turísticos que pongan en valor nuestros recursos y atractivos naturales, culturales, religiosos e históricos, con elementos diferenciadores que generen el desarrollo de una corriente turística élite. Para el mejor cumplimiento de su objeto social, la Compañía podrá comprar, vender bienes muebles e inmuebles, darlos en arrendamiento y subarrendamiento, podrá ser socio o accionista de cualquier otra compañía o persona jurídica nacional o extranjera cuyos objetivos sean similares; y, en general, toda clase de actos y contratos, civiles y mercantiles, permitidos por la ley y relacionados con el objeto social principal.

ARTÍCULO CUATRO: El plazo de duración de la compañía es de cinco años contados a partir de la fecha de inscripción del contrato constitutivo en el Registro Mercantil del Cantón Loja; pero podrá disolverse en cualquier

tiempo o prorrogar su plazo, si así lo resolviese la Junta General de Socios en la forma prevista en la Ley y en este estatuto.

**ARTÍCULO CINCO: DEL CAPITAL SOCIAL, DE LAS PARTICIPACIONES Y LA RESERVA LEGAL.-** El capital social de la compañía es de DOS MIL VEINTIOCHO (\$2028.19) dividido dos mil veintiocho participaciones del valor de un dólar estadounidense cada una, nominativas o indivisibles, las que estarán representadas por el certificado de aportación estará firmado por el GERENTE GENERAL de la compañía.

**ARTÍCULO SEIS:** La compañía puede aumentar el capital social por resolución de la Junta General de Socios, con el consentimiento de las dos terceras partes del capital social presente en la sesión; y, en tal caso, los socios tendrán derecho preferente para suscribir el aumento en proporción a sus aportaciones sociales, salvo resolución en contrario de la Junta General de Socios.

**ARTÍCULO SIETE:** El aumento de capital se lo hará estableciendo nuevas participaciones y su pago se lo hará de la siguiente manera: numerario, en especie por compensación de créditos, por capitalización de la reserva por revalorización del patrimonio realizado conforme a la ley y a la reglamentación pertinente, o por los demás medios previstos en la ley.

**ARTÍCULO OCHO:** La reducción del capital se registrá por lo previsto en la ley de Compañías; y, en ningún caso se tomará resoluciones encaminadas a reducir el capital social si ello implicare la devolución a los socios de parte de las aportaciones hechas y pagadas, con las excepciones de ley.

**ARTÍCULO NUEVE:** La compañía entregará a cada socio el certificado de aportación que le corresponda. Dicho certificado de aportación se extenderá en libretines acompañados de talonarios y en los mismos se hará constar la denominación de la Compañía, el capital suscrito y el capital pagado, número y valor del certificado, nombre del socio propietario, domicilio de la compañía, fecha de la escritura de constitución, Notaría en que se otorgó, fecha y número de la inscripción en el Registro Mercantil, fecha y lugar de expedición, la constancia de no ser negociable, la firma y rúbrica del Gerente General de la compañía. Los certificados serán registrados o inscritos en el libro de socios y participaciones; y, para constancia de su recepción se suscribirán los talonarios.

ARTÍCULO DIEZ: La compañía formará forzosamente un fondo de reserva legal por lo menos igual al veinte por ciento del capital social, segregando anualmente el cinco por ciento de las utilidades líquidas y realizadas.

ARTÍCULO ONCE: DE LOS SOCIOS DE SUS DEBERES, ATRIBUCIONES Y RESPONSABILIDAD.- Son obligaciones de los socios:

- a. Las que señala la ley de compañías
- b. Cumplir las funciones, actividades y deberes que le asignase la Junta General de Socios, Gerente General.
- c. Cumplir con las aportaciones que tuvieren en la compañía, cuando y en la forma que decida la Junta General de Socios
- d. Las demás que señale este estatuto.

ARTÍCULO DOCE: Los socios de la Compañía tienen los siguientes derechos y atribuciones:

- a. Intervenir con voz y voto en las sesiones de Junta General de Socios, personalmente o mediante poder a un socio extraño, ya se trate de poder notarial o de carta poder. Se requiere de carta poder para cada sesión, y el poder a un extraño será necesariamente notarial. Por cada participación el socio o su mandatario tendrá derecho a un voto.
- b. A elegir y ser elegido para los organismos de administración y fiscalización
- c. A percibir las utilidades y beneficios prorrata de las participaciones pagadas; lo mismo respecto al acervo social, de producirse la liquidación.
- d. Los demás derechos previstos en la ley y este estatuto.

ARTÍCULO TRECE: Las Juntas Generales ordinarias y extraordinarias serán convocadas por el Gerente General de la compañía, por escrito y personalmente o mediante los medios electrónicos a los correos electrónicos a cada uno de los socios y con ocho días por lo menos de anticipación al señalado por cada sesión de junta. La convocatoria indicará lugar, fecha, local y el orden del día u objeto de la sesión, de conformidad con la ley.

ARTÍCULO CATORCE: El quórum para las sesiones de Junta General de Socios, en la primera convocatoria será más de la mitad del capital social, por lo menos, en la segunda convocatoria se podrán sesionar con el número de socios presentes, lo que se indicará en la convocatoria.

La sesión no podrá continuar válidamente sin el quórum establecido.

ARTÍCULO QUINCE: DEL GERENTE GENERAL será nombrado por la Junta General de Socios y durará dos años en su cargo pudiendo ser reelegido en forma indefinida. Puede ser socio o no.

ARTÍCULO DIECISEIS: Son deberes y atribuciones del GERENTE GENERAL de la compañía:

- a. Representar legalmente a la compañía, en forma judicial y extrajudicial.
- b. Conducir la gestión de los negocios sociales y la marcha administrativa de la compañía.
- c. Dirigir la gestión económica – financiera de la compañía.
- d. Gestionar, planificar, coordinar, poner en marcha y cumplir las actividades de la compañía.
- e. Realizar pagos por conceptos de gastos administrativos de la compañía
- f. Realizar inversiones, adquisiciones y negocios, hasta la cuantía autorizada por la Junta General de Socios.
- g. Inscribir su nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil
- h. Llevar libro y actas y expedientes de cada sesión de junta.
- i. Manejar las cuentas bancarias de la compañía según sus atribuciones.
- j. Presentar a la Junta General de Socios un informe, el balance, y la cuenta de pérdidas y ganancias, así como la fórmula de distribución de beneficios según la ley, dentro de los sesenta días siguientes al cierre del ejercicio económico.
- k. Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Socios
- l. Designar a los empleados de la compañía
- m. Ejercer y cumplir las demás atribuciones, deberes y responsabilidades que establece la ley, el presente Estatuto y Reglamento de la Compañía, y las que señale la Junta General de Socios.

ARTÍCULO DIECISIETE: Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo anterior, la Junta General de Socios podrá contratar la asesoría contable o auditoría de cualquier persona natural o jurídica especializada, observando las disposiciones legales sobre esta materia, en cualquier tiempo.- en lo que se refiere a Auditoría externa se estará a lo que dispone la Ley y sus Reglamentos.



**ARTÍCULO DIESIOCHO: DE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.-** La disolución y liquidación de la compañía se regla por las disposiciones pertinentes de la ley de Compañías, especialmente por lo establecido en la sección once de esta ley, así como por el reglamento sobre disolución y liquidación de compañías y por lo previsto en el presente estatuto.

**ARTÍCULO DIESINUEVE:** No se disolverá la compañía por muerte interdicción o quiebra de uno o más de sus socios. El capital suscrito y pagado con que se constituye la compañía es de OCHO MIL DÓLARES ESTADOUNIDENSES (\$8000), el que ha sido suscrito en su totalidad y pagado en un cien por ciento en la siguiente forma:

- a.** La socia XIMENA PATRICIA TANDAZO CALLE, suscribe y paga dos mil seiscientos sesenta y seis (\$2666) participaciones con un valor de un dólar estadounidense cada una,
- b.** El socio CRISTHIAN ALEXANDER TANDAZO CALLE paga dos mil seiscientos sesenta seis (\$2666) participaciones con un valor de un dólar estadounidense cada una.
- c.** La socia MAGALY ELIZABETH TANDAZO CALLE suscribe y paga dos mil seiscientos sesenta y ocho (\$2668) participaciones con un valor de un dólar estadounidense cada una.

El pago en numerario de todos los socios consta en la papeleta de depósito en la cuenta de integración del capital de la compañía abierta en el banco de Guayaquil y cuadro que se incorpora a la escritura DOS.- Los socios fundadores de la compañía nombran por unanimidad a la Sra. Ximena Patricia Tandazo Calle como Gerente General de la Compañía de Responsabilidad Limitada “OPERADORA DE TURISMO CATAY TRAVEL CIA. LTDA.” Y la autorizan para que realice los trámites y gestiones necesarias para la aprobación de la escritura constitutiva de la compañía, su inscripción en el Registro Mercantil y todos los trámites pertinentes a fin de que la compañía pueda operar. Usted señor Notario se servirá agregar las demás cláusulas de estilo que aseguren la plena validez de la constitución de la compañía antes nombrada.

Atentamente (f)

Jhon Esteban Espinosa Villacrés, Reg 1313 Colegio de Abogados Loja.-  
Hasta aquí queda elevada a escritura pública y que los comparecientes la

aceptan y aprueban en todas y cada una de sus partes. Formalizado el presente instrumento, Yo el notario lo leí íntegramente a los otorgantes, quienes ratificándose en lo expuesto lo firman en unidad de acto conmigo el Notario que doy fe.-

**FORMATO DE CERTIFICACIÓN DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL**  
**BANCO DE GUAYAQUIL**

Loja, julio 04 del 2011

Nro.

117846

Certificamos que en esta institución bancaria, a la presente fecha se ha depositado en una cuenta de integración de Capital a nombre de la compañía “**CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA**” El valor de \$8000 USD dólares (ocho mil dólares americanos), la cual ha sido consignada por las siguientes personas:

TANDAZO CALLE XIMENA PATRICIA	\$	2666
TANDAZO CALLE CRISTHIAN ALEXANDER	\$	2666
TANDAZO CALLE MAGALY ELIZABETH	\$	<u>2668</u>
<b>TOTAL</b>	<b>\$</b>	<b>8000</b>

El valor correspondiente a este certificado será puesto a disposición de los administradores designados por la nueva compañía, después que la Superintendencia de Compañías nos comunique que el trámite de constitución de la misma ha quedado concluido y previa entrega al banco, de los estatutos y nombramientos inscritos.

Cordialmente,

Ing. Vicente Espinosa Aguirre

**BANCO DE GUAYAQUIL**  
**SUCURSAL LOJA**

**CUADRO DE INTEGRACIÓN DE CAPITAL  
CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA.**

<b>Nro</b>	<b>NOMBRE DEL SOCIO</b>	<b>CAPITAL SUSCRITO</b>	<b>CAPITAL PAGADO</b>	<b>PARTICIPACIONES NUMERARIAS</b>	<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>TOTAL PARTICIPACIONES</b>
<b>1</b>	Ximena Patricia Tandazo Calle	2666.0 0 USD	2666.0 0 USD	2666.00 part.	1.00	2666.00 part
<b>2</b>	Cristhina Alexander Tandazo Calle	2666.0 0 USD	2666.0 0 USD	2666.00 part.	1.00	2666.00 part
<b>3</b>	Magaly Elizabeth Tandazo Calle	2668.0 0 USD	2668.0 0 USD	2666.00 part.	1.00	2668.00 part
<b>TOTAL</b>		<b>8000 USD</b>	<b>8000 USD</b>	<b>8000 PART.</b>		<b>8000 PART.</b>

**FORMATO DEL NOMBRAMIENTO DEL REPRESENTANTE LEGAL QUE SE ENTREGA EN EL REGISTRO MERCANTIL.**

Señora:  
XIMENA PATRICIA TANDAZO CALLE  
Ciudad.-

De mis consideraciones:

Tengo el agrado de llevar a su conocimiento que la Junta General de Socios de la Compañía CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA, en sesión de carácter de universal realizada el día de hoy tuvo el acierto de nombrar a usted Gerente General de la compañía para periodo estatuario de dos años.

Como Gerente General tendrá usted la representación legal de la compañía en forma judicial y extrajudicial.

Las atribuciones y deberes del Gerente General constan de escritura pública constitutiva de la compañía CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA. Celebrada el 20 de junio del año dos mil once, ante el notario Octavo del Cantón Loja Dr. Eduardo Ortega Ordóñez.

Usted se dignará hacer contar su aceptación al pie de la presente.

Con sentimiento de consideración.

Lic. Cristhian Alexander Tandazo Calle	Magaly Elizabeth Tandazo
Calle	
1103604862	1104464399
SOCIO	SOCIO

Acepto el cargo de Gerente General de la compañía CATAY TRAVEL OPERADORA DE TURISMO CIA LTDA. Que se me confiere según el nombramiento presente. Loja, a 05 julio del 2011.

Dra. Ximena Patricia Tandazo Calle  
1104464398  
GERENTE GENERAL

**REGISTRADURA MERCANTIL DEL CANTÓN LOJA.**

Queda inscrito el nombramiento que antecede en el REGISTRO DE COMPAÑÍAS DEL AÑO 2011, bajo la partida No.04, y anotado en el repertorio con el No.005.

## 9.4 ANEXO 4: Tabulación de Datos

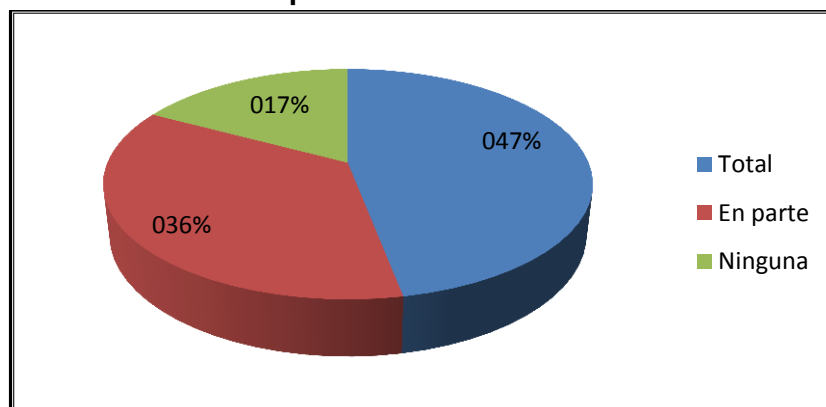
### TABULACIÓN DE DATOS

Las siguientes preguntas se las realizó con el objeto de obtener información y datos que serán de ayuda para determinación de la factibilidad de la implementación de una operadora de turismo en la parroquia Catacocha cantón Paltas.

Datos generales de las encuestas aplicadas a los alumnos de los colegios del cantón Paltas.

**Dependencia económica      Total      En parte      Ninguna**

**Cuadro 1**  
**Dependencia económica**



Fuente: Información Primaria  
Autor: Magaly Tandazo

**Tabla 1**

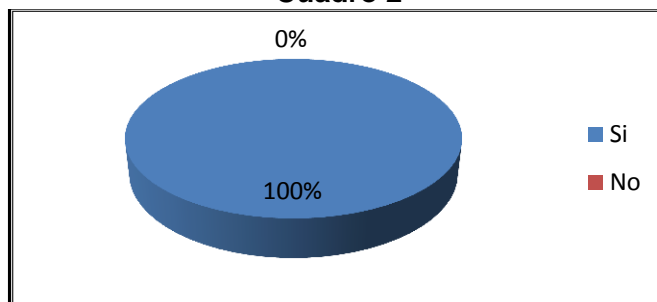
PORCENTAJE		
<b>Total</b>	<b>101</b>	<b>46.98%</b>
<b>En parte</b>	<b>77</b>	<b>35.81%</b>
<b>Ninguna</b>	<b>37</b>	<b>17.21%</b>

1.- Considera necesario que la parroquia cuente con una operadora de turismo.

Si

No

**Cuadro 2**



Fuente: Información primaria  
Autor: Magaly Tandazo.

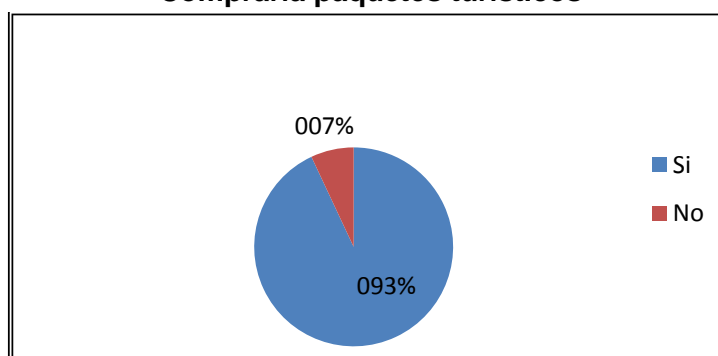
**Tabla 2**

CONSIDERA NECESARIO QUE LA PARROQUIA CUENTE CON UNA OPERADORA DE TURISMO.	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	215	100%

2.- ¿Está dispuesto a comprar y hacer uso de los servicios ofertados por una operadora de turismo?

**Cuadro 3**

**Compraría paquetes turísticos**



Fuente: información primaria  
Autor: Magaly Tandazo

**Tabla 3**

TOTAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	200	93.02%
No	15	6.98%

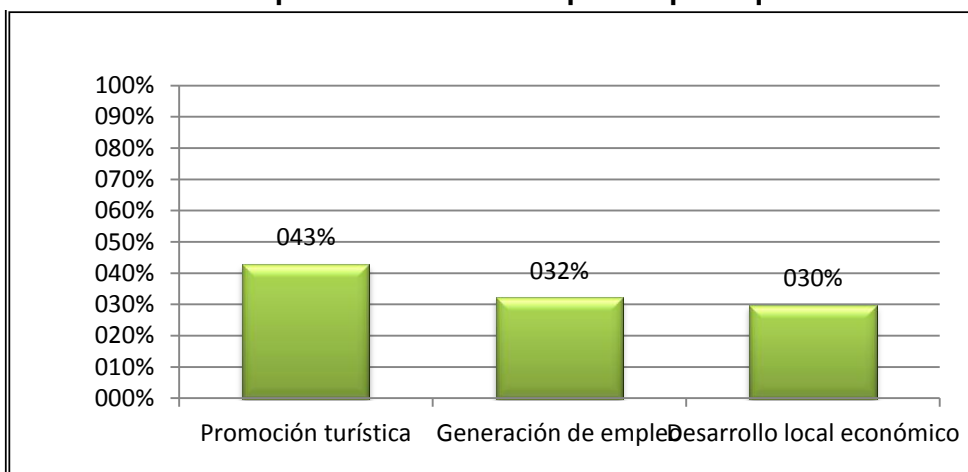
**3.- ¿Cuál cree que será la ayuda que brindará la Operadora de Turismo a la parroquia Catacocha?**

Promoción turística

Generación de empleo

Desarrollo local económico

**Cuadro 4**  
**Beneficios de la operadora de turismo para la parroquia Catacocha**



Fuente: Información primaria  
Autor: Magaly Tandazo

**Tabla 4**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Promoción turística	92	42.79%
Generación de empleo	69	32.09%
Desarrollo local económico	64	29.77%



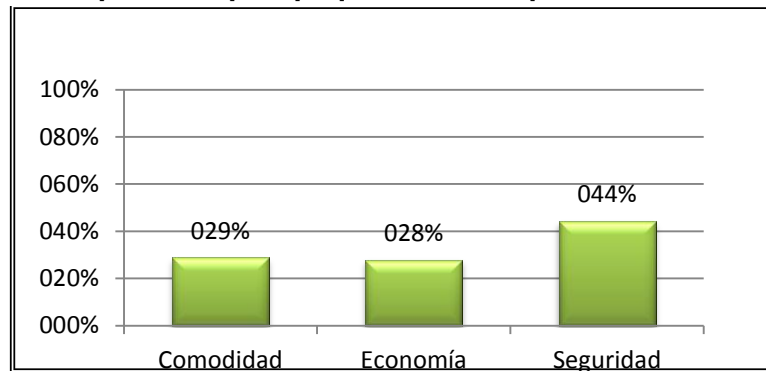
**4.- ¿Por cuál de las siguientes razones le gustaría comprar paquetes turísticos en la Operadora de turismo?**

Por comodidad

Economía

Seguridad

**Cuadro 5**  
**Razones para comprar paquetes en la Operadora de Turismo**



Fuente: Información primaria  
Autor: Magaly Tandazo.

**Tabla 5**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comodidad	70	28.84%
Economía	60	27.91%
Seguridad	95	44.19%

**5.- Si la empresa cumplió con sus expectativas. ¿Con qué frecuencia volvería a comprar en la Operadora de Turismo?**

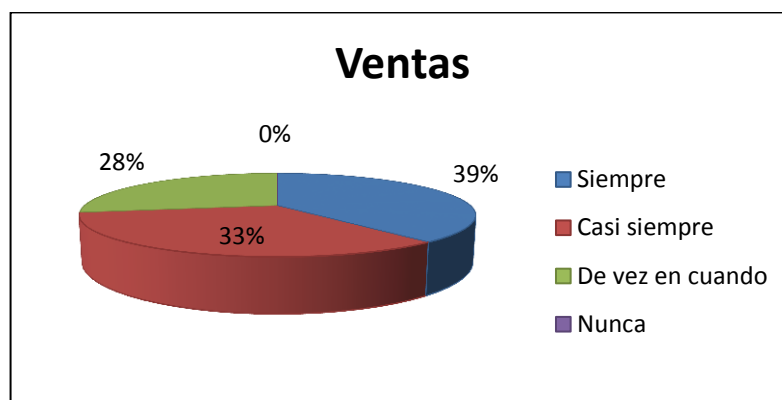
Siempre

Casi siempre

De vez en cuando

Nunca

**Cuadro 6**  
**Frecuencia para volver a comprar en la Operadora**



Fuente: Información primaria  
Autor: Magaly Tandazo.

**Tabla 6**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Siempre	84	39%
Casi siempre	71	33%
De vez en cuando	60	28%
Nunca	0	0%

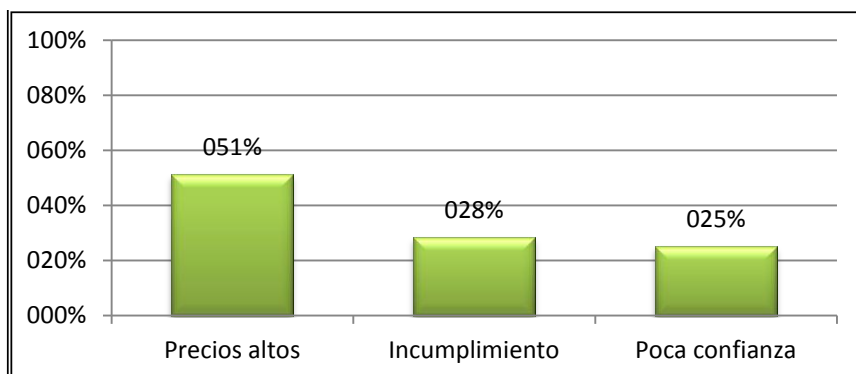
## 6.- ¿Por qué razón no compraría productos y servicios en la empresa?

Precios altos

Incumplimiento

Poca confianza

**Cuadro 7**  
**Razón de compra de productos o servicios**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: Información primaria

**Tabla 7**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precios altos	110	51.16%
Incumplimiento	61	28.37%
Poca confianza	54	25.12%

**7.- ¿Cada qué tiempo realiza viajes fuera de su lugar de residencia?**

4 veces al año

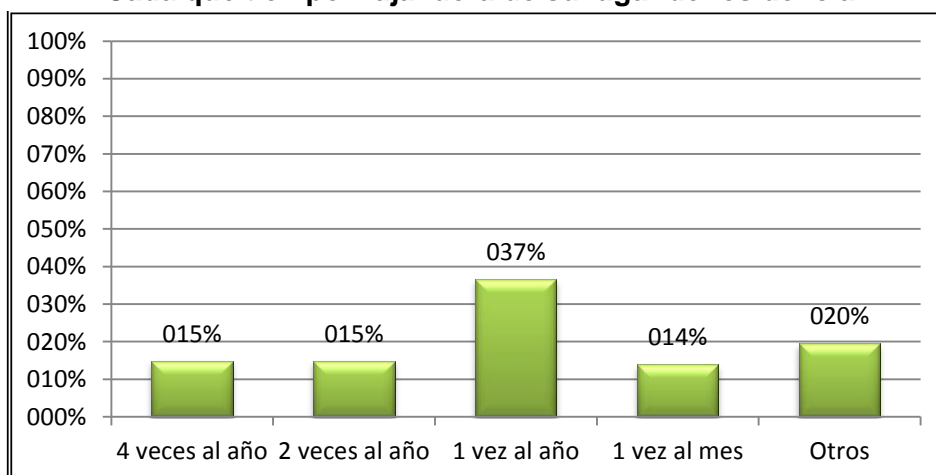
2 veces al año

1 vez por año

1 vez por mes

Otros

**Cuadro 8**  
**Cada qué tiempo viaja fuera de su lugar de residencia**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: Información primaria

**Tabla 8**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>4 veces al año</b>	32	14.88%
<b>2 veces al año</b>	32	14.88%
<b>1 vez al año</b>	79	36.74%
<b>1 vez al mes</b>	30	13.95%
<b>Otros</b>	42	19.53%

**8.- Dentro de atractivos relevantes con los que cuenta la parroquia Catacocha ¿cuáles son de su interés?**

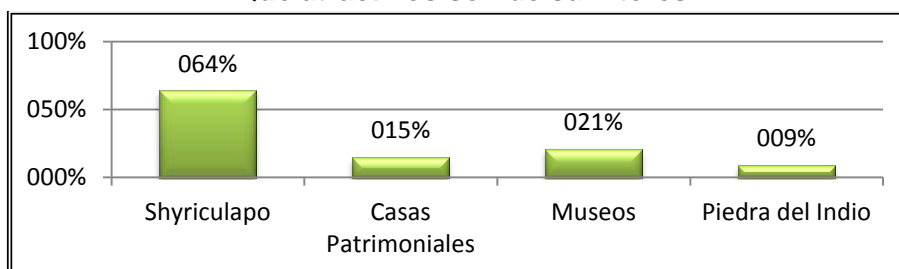
Shyriculapo

Las casas patrimoniales

Museos

La piedra del Indio

**Cuadro 9**  
**Qué atractivos son de su interés**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: Información primaria

**Tabla 9**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Shyriculapo</b>	137	63.72%
<b>Casas Patrimoniales</b>	32	14.88%
<b>Museos</b>	45	20.93%
<b>Piedra del Indio</b>	19	8.84%

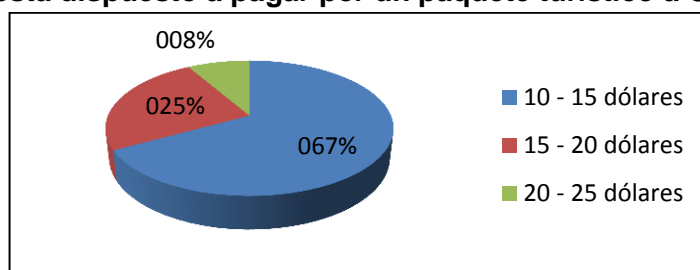
9.- Tomando en cuenta factores como comodidad, calidad y seguridad. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete que le permita conocer la parroquia Catacocha?

10 – 15 dólares

15 – 20 dólares

20 – 25

**Cuadro 10**  
**Cuánto está dispuesto a pagar por un paquete turístico a Catacocha**



Autor: Magaly Tandazo  
 Fuente: información primaria

**Tabla 10**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
<b>10 – 15 dólares</b>	144	66.98%
<b>15 – 20 dólares</b>	53	24.65%
<b>20 – 25 dólares</b>	18	8.37%

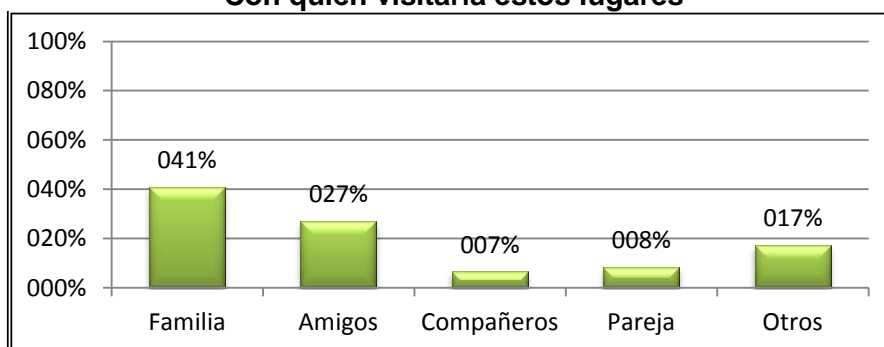
10.- De agradecerle los sitios que visita. ¿Con quién le gustaría volver a visitar?

Familia Con su pareja

Amigos Otros

Compañeros

**Cuadro 11**  
**Con quién visitaría estos lugares**



Autor: Magaly Tandazo  
 Fuente: información primaria

**Tabla 11**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Familia</b>	98	40.93%
<b>Amigos</b>	58	26.98%
<b>Compañeros</b>	14	6.51%
<b>Pareja</b>	18	8.37%
<b>otros</b>	37	17.21%

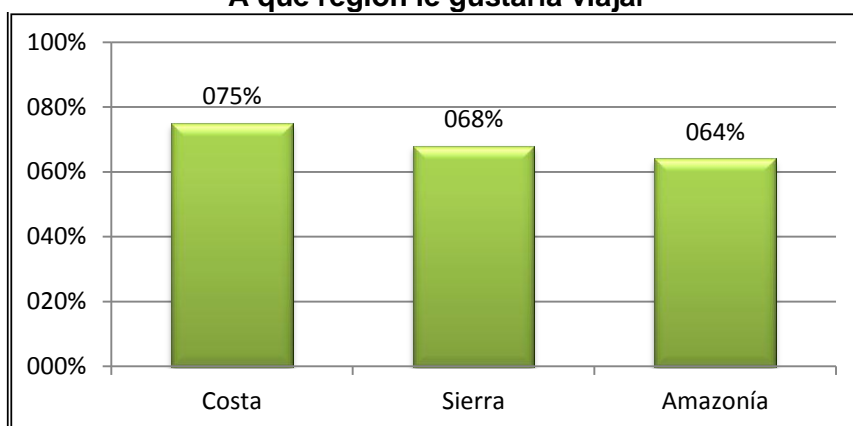
**11.- ¿A cuál de estas regiones le gustaría viajar?**

Costa

Sierra

Amazonía

**Cuadro 12**  
**A qué región le gustaría viajar**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

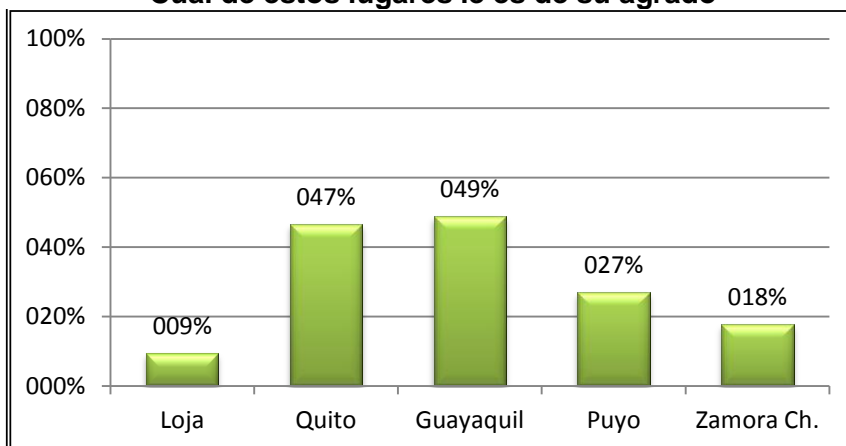
**Tabla 12**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
Costa	161	75%
Sierra	146	68%
Amazonía	137	64%

12.- ¿Cuál de los siguientes lugares le es de más agrado para visitar o volverlo a visitar?.

Loja                  Quito                  Guayaquil                  Puyo                  Zamora Ch.

**Cuadro 13**  
**Cuál de estos lugares le es de su agrado**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 13**

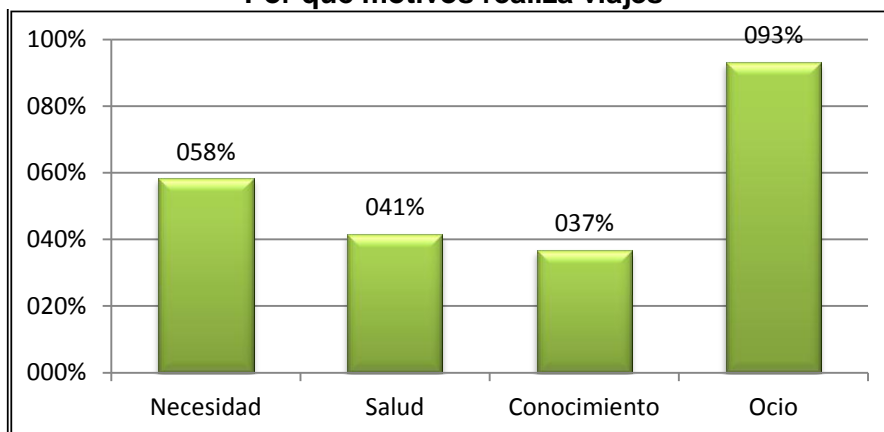
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Loja</b>	20	9.30%
<b>Quito</b>	100	46.51%
<b>Guayaquil</b>	105	48.83%
<b>Machala</b>	58	26.98%
<b>Zamora Ch.</b>	38	17.67%



### 13.- ¿Por qué motivos realiza o realizaría los viajes?

Necesidad                      Salud                                      Conocimiento                                      Ocio

**Cuadro 14**  
**Por qué motivos realiza viajes**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 14**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Necesidad	125	58.14%
Salud	89	41.40%
Conocimiento	79	36.74%
Ocio	200	93.02%

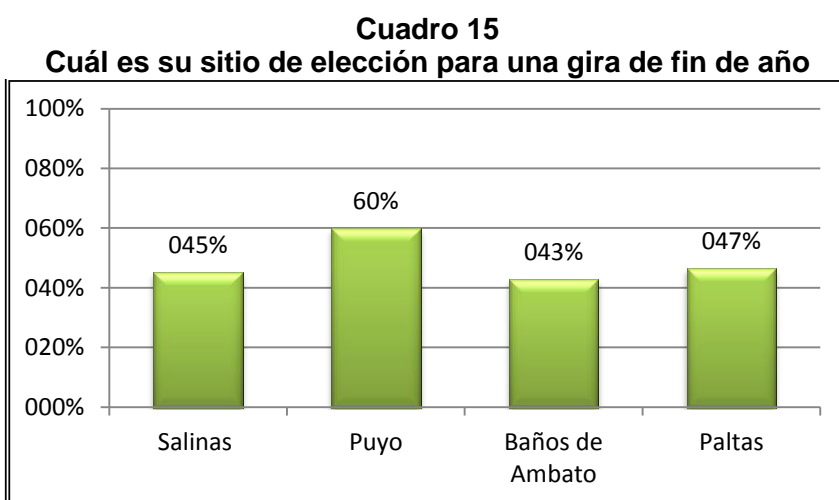
14.- ¿Al término del año escolar por lo general se realiza giras ¿Cuál sería su sitio de elección?

Salinas

Puyo

Baños de Ambato

Otros



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 15**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Salinas</b>	97	45.12%
<b>Puyo</b>	129	60%
<b>Baños de Ambato</b>	92	42.79%
<b>Paltas</b>	100	46.51%

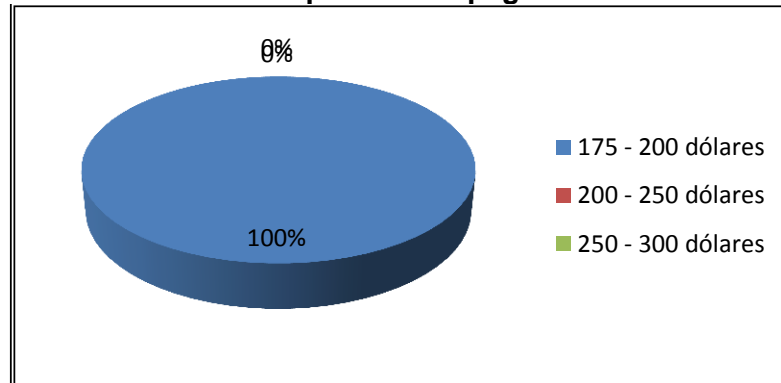
15.- Para realizar este tipo de viajes requiere mínimo de 4 días 3 noches y dependiendo del itinerario se establece el precio ¿Cuánto está dispuesto a pagar?

175 – 200 dólares

200 – 250 dólares

250 – 300 dólares

**Cuadro 16**  
**Capacidad de pago**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 16**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
175 – 200 dólares	215	100%
200 – 250 dólares		
250 – 300 dólares		

**16.- En caso de comprar paquetes turísticos. ¿Cuál de estas formas de pago le resulta de mayor comodidad?**

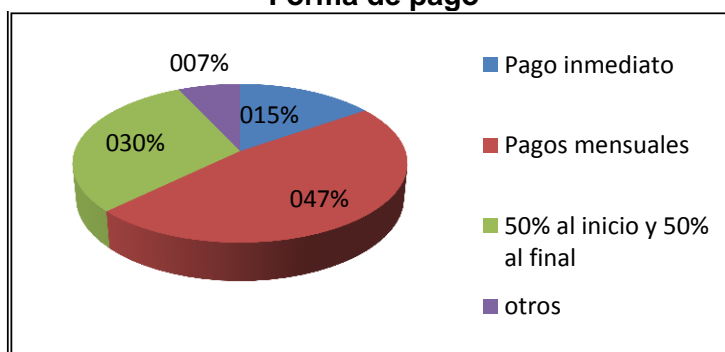
Pago inmediato

Pagos mensuales

50% al inicio y luego el otro 50%

Otros

**Cuadro 17**  
**Forma de pago**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 17**

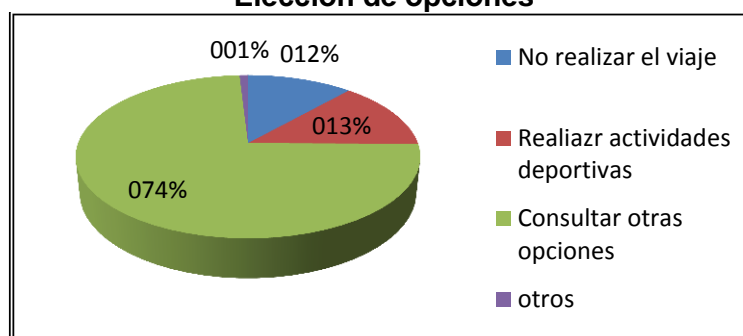
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pago inmediato	33	15.35%
Pagos mensuales	102	47.44%
50% al inicio y 50% al final	65	30.23%
Otros	15	6.98%

17.- En el caso de no contar con el dinero para comprar un paquete turístico a la Operadora de Turismo. ¿Cuál de estas sería su opción?

No realizar el viaje  
Otros

Salir de paseo  
Consultar otras opciones

**Cuadro 18**  
**Elección de opciones**



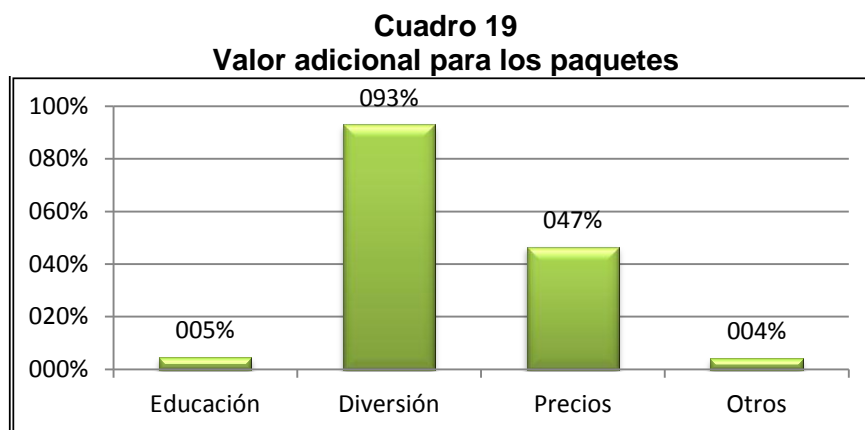
Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 18**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>No realizar el viaje</b>	25	11.63%
<b>Realizar actividades deportivas</b>	29	13.49%
<b>Consultar otras opciones</b>	159	73.95%
<b>Otros</b>	2	0.93%

**18.- A más de los servicios incluidos en el paquete. ¿En cuál de los siguientes aspectos le gustaría que se trabaje en un valor adicional para mejorar el producto o servicio?**

Educación                      Diversión                      Precios                      Otros



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 19**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Educación</b>	10	4.65%
<b>Diversión</b>	200	93.02%
<b>Precios</b>	100	46.51%
<b>Otros</b>	9	4.19%

**19.- ¿Cuál de las siguientes empresas ha visitado su establecimiento educativo?**

Atlantis travel

Bombuscaro operadora de viajes y turismo

Vilcatur

Álvarez travel

Podocarpustravel

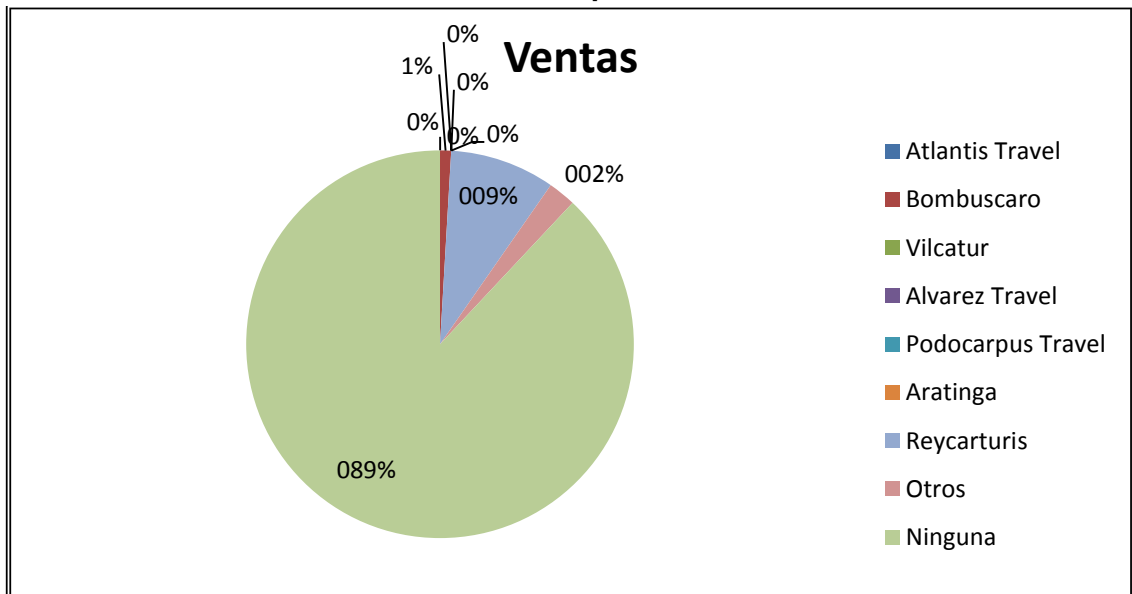
Aratinga

Reycarturis

Otras

Ninguna

**Cuadro 20**  
**Visita de empresas**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

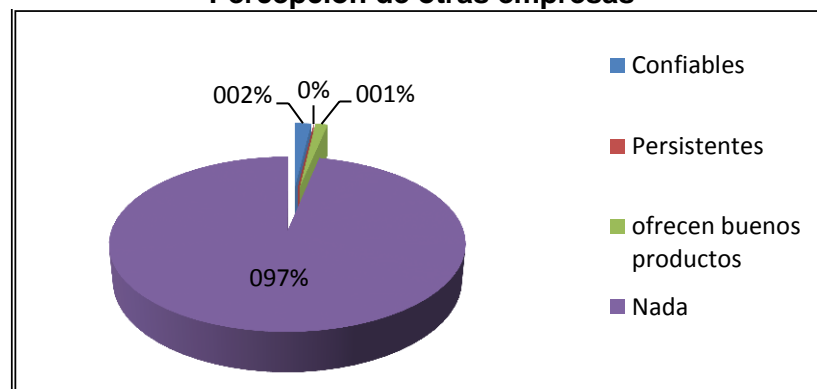
**Tabla 20**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Bombuscaro	2	0.93%
Reycarturis	19	8.84%
Otros	5	2.33%
Ninguna	192	89.30%

**20.- ¿Cuál fue su percepción de las empresas que le han ofertado o vendido productos?**

Confiables                      Persistentes  
Ofrecen buenos productos      Nada

**Cuadro 21**  
**Percepción de otras empresas**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 21**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Confiables</b>	<b>4</b>	<b>1.86%</b>
<b>Persistentes</b>	<b>0</b>	<b>0%</b>
<b>Ofrecen buenos productos</b>	<b>3</b>	<b>1.40%</b>
<b>Nada</b>	<b>208</b>	<b>96.74%</b>

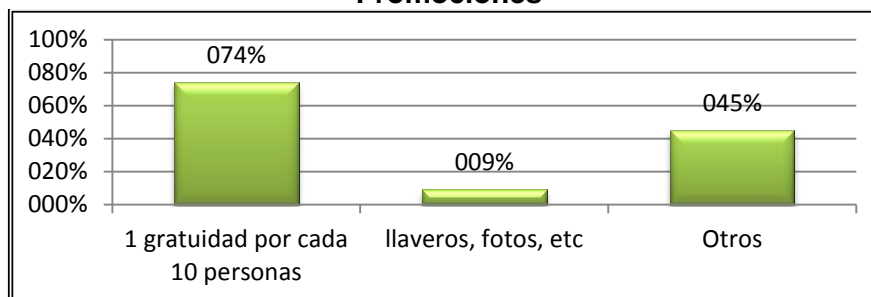
**21.- De las siguientes promociones ¿Cuáles son las de su mayor agrado?**

1 gratuidad por cada 10 personas

Que se ofrezca algún tipo de recuerdo al final del viaje (llaveros, fotos, etc.)

Otros

**Cuadro 22  
Promociones**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 22**

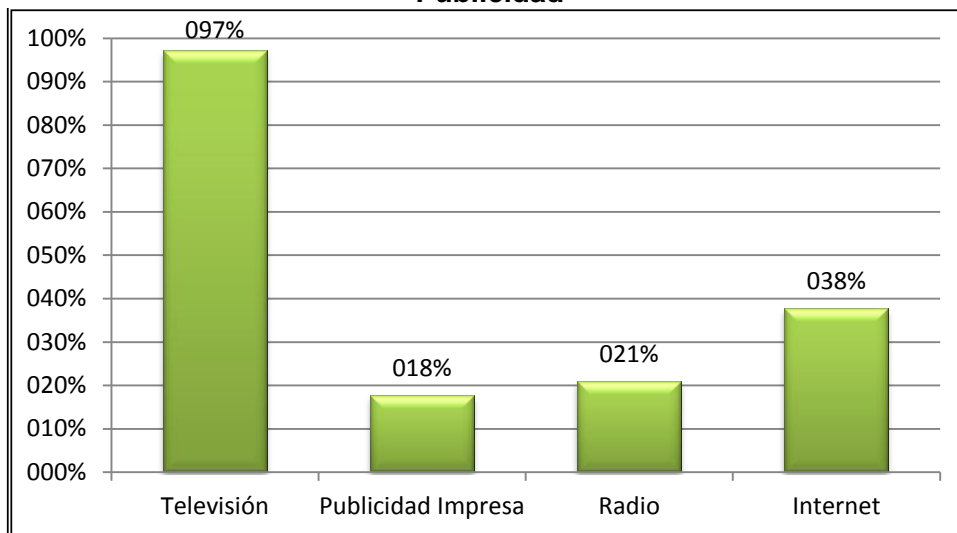
	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>1 gratuidad por cada 10 personas</b>	<b>159</b>	<b>73.95%</b>
<b>Llaveros, fotos, etc.</b>	<b>20</b>	<b>9.30%</b>
<b>otros</b>	<b>97</b>	<b>45.12%</b>



**22.- ¿Por qué medios de comunicación le gusta recibir información de nuevas empresas como las Operadoras de turismo sus productos y servicios que ofrece?**

Televisión                      Publicidad impresa                      Radio                      Internet

**Cuadro 23  
Publicidad**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 23**

	<b>FRECUENCIA</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>Televisión</b>	<b>209</b>	<b>97.21%</b>
<b>Publicidad impresa</b>	<b>38</b>	<b>17.67%</b>
<b>Radio</b>	<b>45</b>	<b>20.93%</b>
<b>Internet</b>	<b>81</b>	<b>37.67%</b>

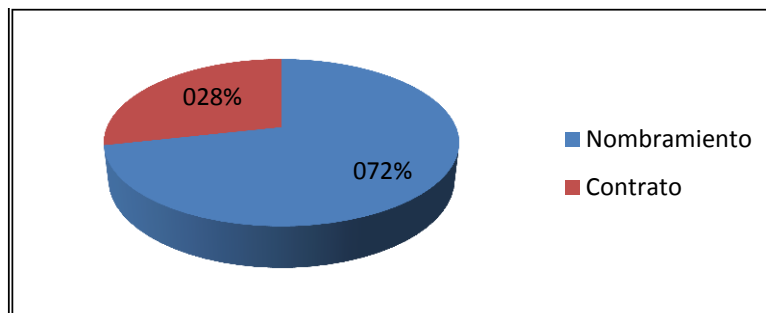


**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA  
AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

La siguiente encuesta se la realiza con el objeto de recopilar información que permitirá determinar la factibilidad e importancia de una Operadora de turismo en la parroquia Catacocha y el posible incremento de la promoción del turismo, que se lo realizará por medio de la venta de productos y servicios que la misma brindará. (116 encuestas)

**Trabajo**      Nombramiento                      Contrato

**Cuadro 1  
Posee trabajo nombramiento o por contrato**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 1**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Nombramiento	83	71.55%
Contrato	33	28.45%

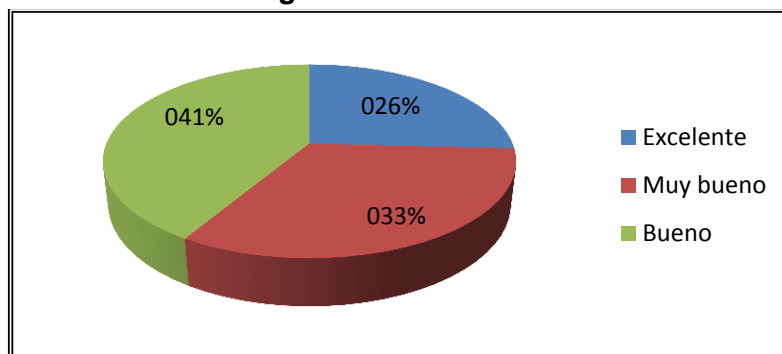
Ingresos económicos

Excelente

Muy bueno

Bueno

**Cuadro 2**  
**Ingresos económicos**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: Información primaria

**Tabla 2**

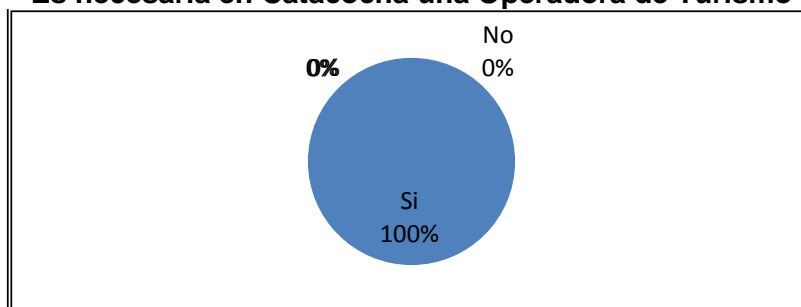
	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Excelente	30	25.86%
Muy bueno	38	32.76%
Bueno	48	41.38%

1.- Considera necesario que la parroquia cuente con una operadora de turismo.

Si

No

**Cuadro 3**  
**Es necesaria en Catacocha una Operadora de Turismo**



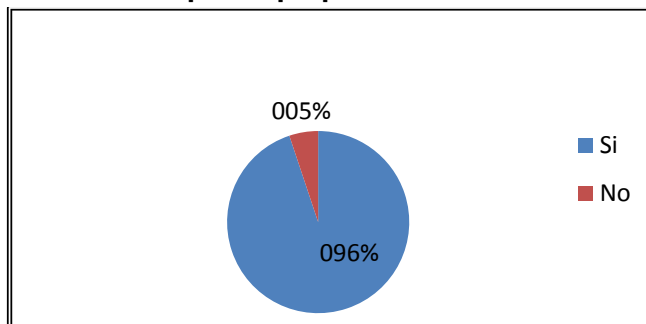
Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 3**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
si	116	100%

2.- ¿Está dispuesto a comprar y hacer uso de los servicios ofertados por una operadora de turismo?

**Cuadro 3**  
**Compraría paquetes turísticos**



Fuente: información primaria  
Autor: Magaly Tandazo

**Tabla 3**

TOTAL	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Si	111	95.69%
No	6	5.17%

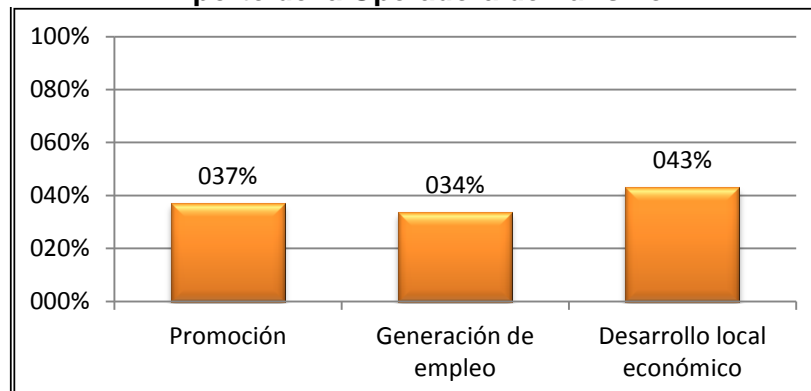
3.- ¿Cuál cree que será la ayuda que brindará la Operadora de Turismo a la parroquia Catacocha?

Promoción turística

Generación de empleo

Desarrollo local económico

**Cuadro 4**  
**Aporte de la Operadora de Turismo**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 4**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Promoción	43	37.07%
Generación de empleo	39	33.62%
Desarrollo local económico	50	43.10%

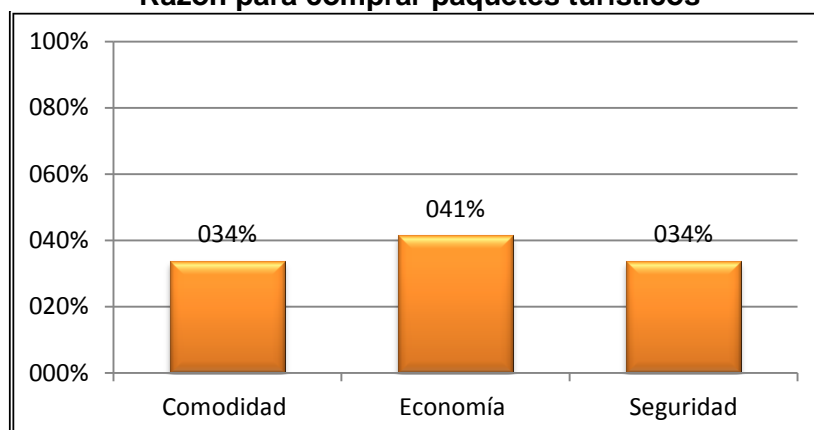
**3.- ¿Por cuál de las siguientes razones le gustaría comprar paquetes turísticos en la Operadora de turismo?**

Por comodidad

Economía

Seguridad

**Cuadro 5**  
**Razón para comprar paquetes turísticos**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: Información primaria

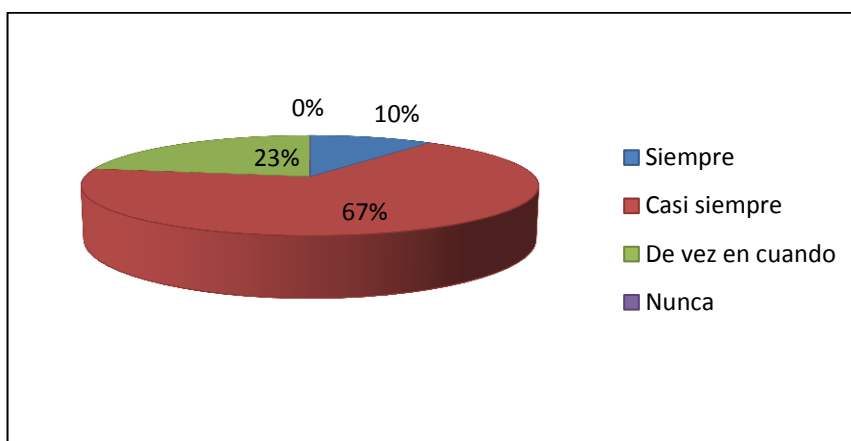
**Tabla 5**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Comodidad	39	33.62%
Economía	48	41.38%
Seguridad	39	33.62%

**4.- Si la empresa cumplió con sus expectativas. ¿Con qué frecuencia volvería a comprar en la Operadora de Turismo?**

Siempre                      casi siempre                      de vez en cuando                      nunca

**Cuadro 6**  
**Frecuencia de consumo**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 6**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Siempre	12	10.35%
Casi siempre	78	67.24%
De vez en cuando	26	22.41%
Nunca	0	0%

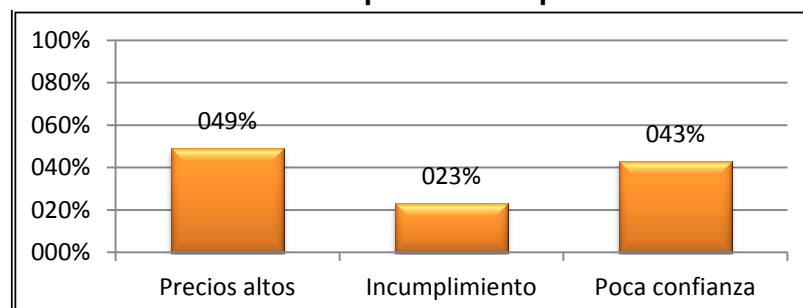
## 5.- ¿Por qué razón no compraría productos y servicios en la empresa?

Precios altos

Incumplimiento

Poca confianza

**Cuadro 7**  
**Razones para no comprar**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 7**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Precios altos	57	49.14%
Incumplimiento	27	23.28%
Poca confianza	50	43.10%

## 6.- ¿Cada qué tiempo realiza viajes fuera de su lugar de residencia?

4 veces al año

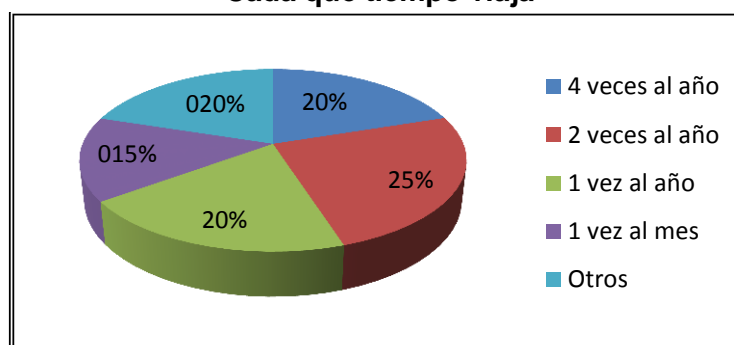
2 veces al año

1 vez por año

1 vez por mes

Otros

**Cuadro 8**  
**Cada qué tiempo viaja**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Cuadro 8**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
4 veces al año	24	20%
2 veces al año	29	25%
1 vez al año	23	20%
1 vez al mes	17	14.88%
otros	23	20.12%

**7.- Dentro de atractivos relevantes con los que cuenta la parroquia Catacocha ¿cuáles son de su interés?**

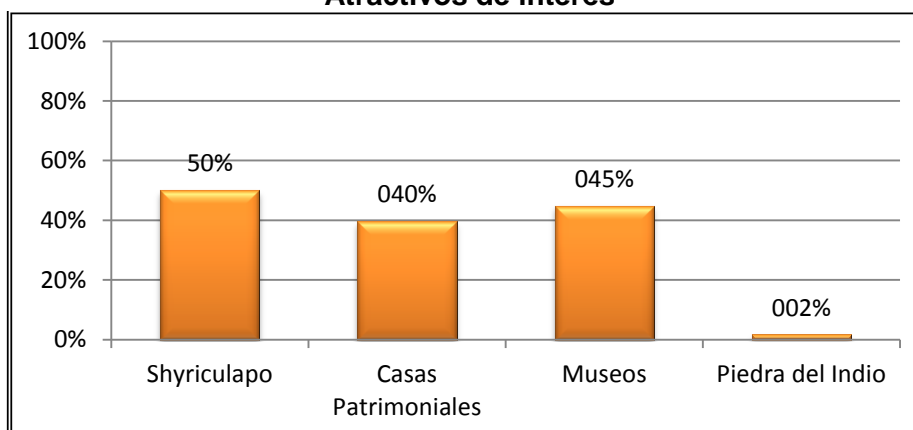
Shyriculapo

Las casas patrimoniales

Museos

La piedra del indio

**Cuadro 9**  
**Atractivos de interés**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 9**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Shyriculapo	58	50%
Casas patrimoniales	46	39.66%
Museos	52	44.83%
Piedra del Indio	2	1.72%



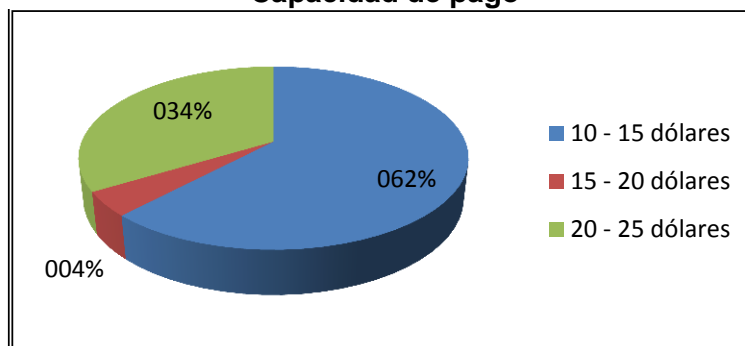
**8.- Tomando en cuenta factores como comodidad, calidad y seguridad. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete que le permita conocer la parroquia Catacocha?**

10 – 15 dólares

15 – 20 dólares

20 – 25

**Cuadro 10**  
**Capacidad de pago**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 10**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
10 - 15	72	62.07%
15 - 20	5	4.31%
20 - 25	39	33.62%

**9.- De agradecerle los sitios que visita. ¿Con quién le gustaría volver a visitar?**

Familia

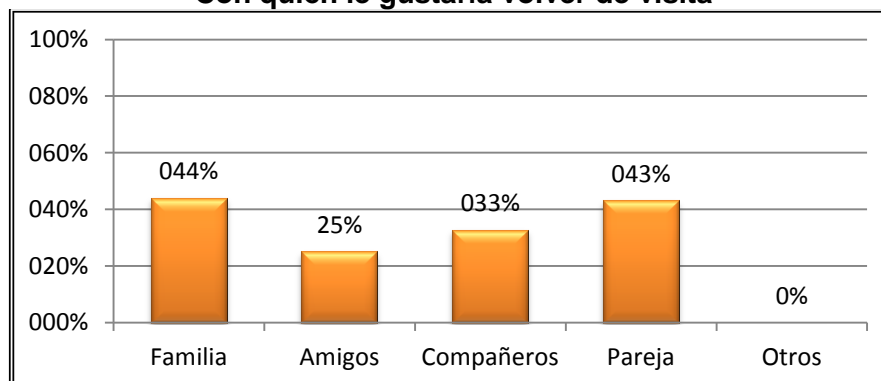
Amigos

Compañeros

Con su pareja

Otros

**Cuadro 11**  
**Con quién le gustaría volver de visita**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

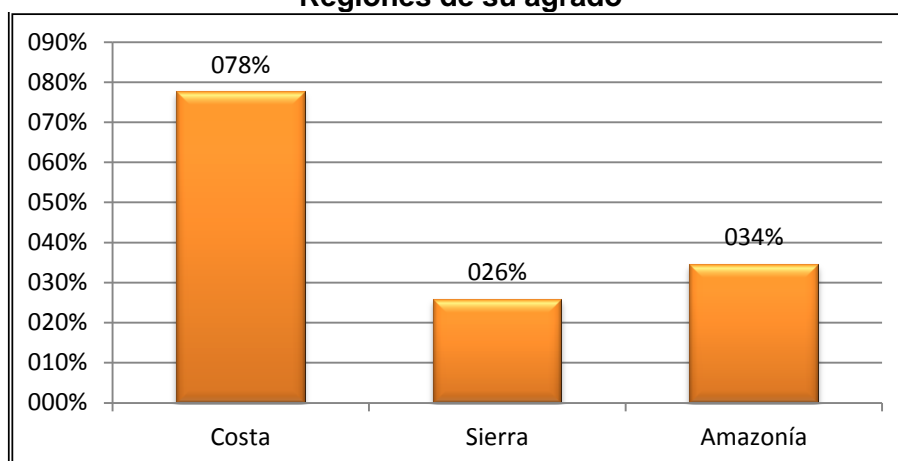
**Tabla 11**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Familia	51	43.97%
Amigos	29	25%
Compañeros	38	32.76%
Pareja	49	43.10%
Otros	0	0%

**10.- ¿A cuál de estas regiones le gustaría viajar**

Costa          Sierra          Amazonía

**Cuadro 12**  
**Regiones de su agrado**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

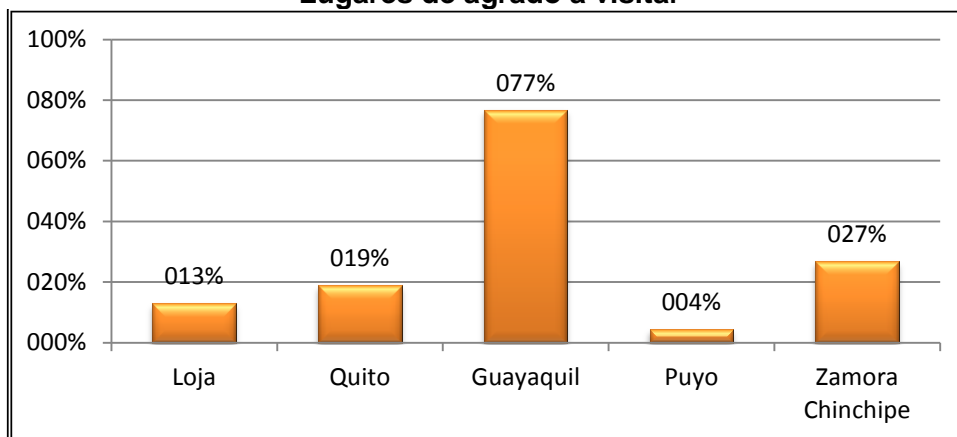
**Tabla 12**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Costa	90	77.59%
Sierra	30	25.86%
Amazonía	40	34.48%

**11.- ¿Cuál de los siguientes lugares le es de más agrado para visitar o volverlo a visitar.**

Loja                      Quito                      Guayaquil                      Puyo                      Zamora Ch.

**Cuadro 13**  
**Lugares de agrado a visitar**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

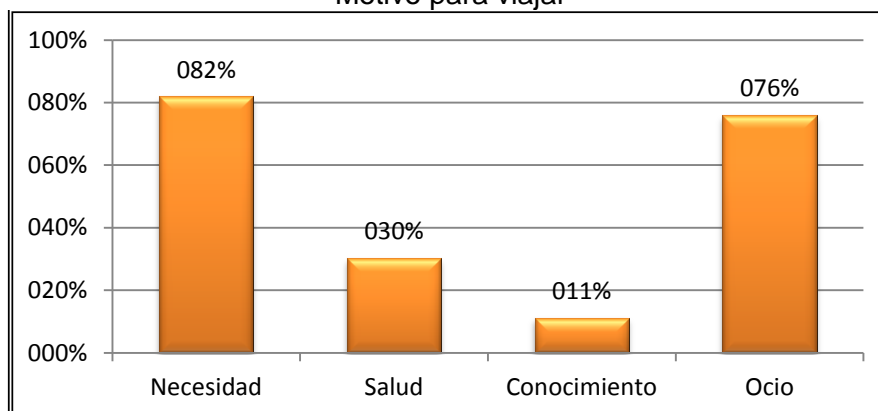
**Tabla 13**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Loja	15	12.93%
Quito	22	18.97%
Guayaquil	89	76.72%
Machala	5	4.31%
Zamora Ch.	31	26.72%

**12.- ¿Por qué motivos realiza o realizaría los viajes?**

Necesidad                      Salud                      Conocimiento                      Ocio

**Cuadro 14**  
**Motivo para viajar**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

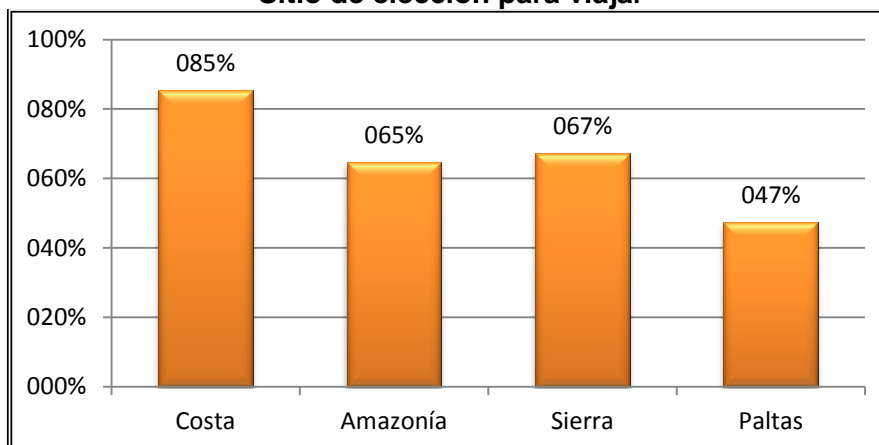
**Tabla 14**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Necesidad	95	81.90%
Salud	35	30.17%
Conocimiento	13	11.21%
Ocio	88	75.86%

13.- ¿Para realizar viajes por descanso, salud u ocio ¿Cuál sería su sitio de elección?

Salinas                      Puyo                      Baños de Ambato                      Paltas

**Cuadro 15**  
**Sitio de elección para viajar**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 15**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Costa	99	85.34%
Amazonía	75	64.66%
Sierra	78	67.24%
Paltas	55	47.41%

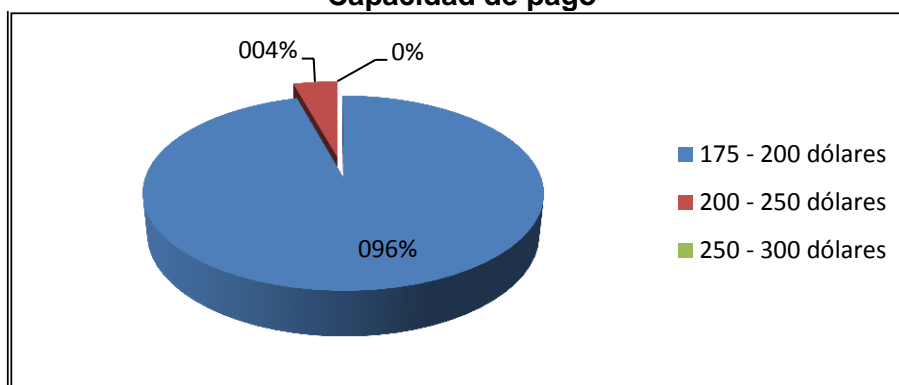
**14.- Para realizar este tipo de viajes requiere mínimo de 4 días 3 noches y dependiendo del itinerario se establece el precio ¿Cuánto está dispuesto a pagar?**

175 – 200 dólares

200 – 250 dólares

250 – 300 dólares

**Cuadro 16**  
**Capacidad de pago**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 16**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
175 – 200	111	95.69%
200 – 250	5	4.31%
250 - 300	0	0%

**15.- En caso de comprar paquetes turísticos. ¿Cuál de estas formas de pago le resulta de mayor comodidad?**

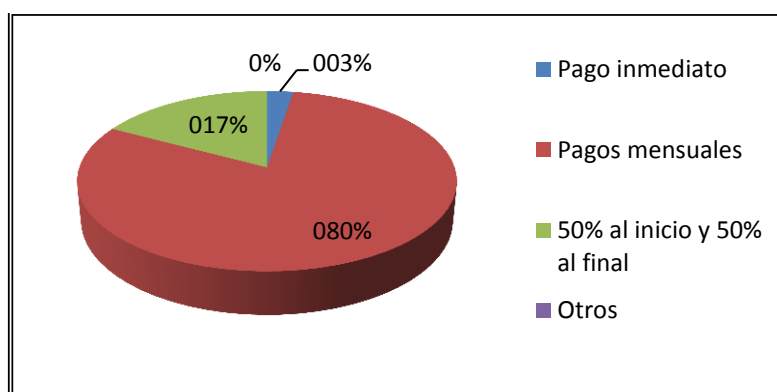
Pago inmediato

Pagos mensuales

50% al inicio y luego el otro 50%

Otros

**Cuadro 16**  
**Forma de pago**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

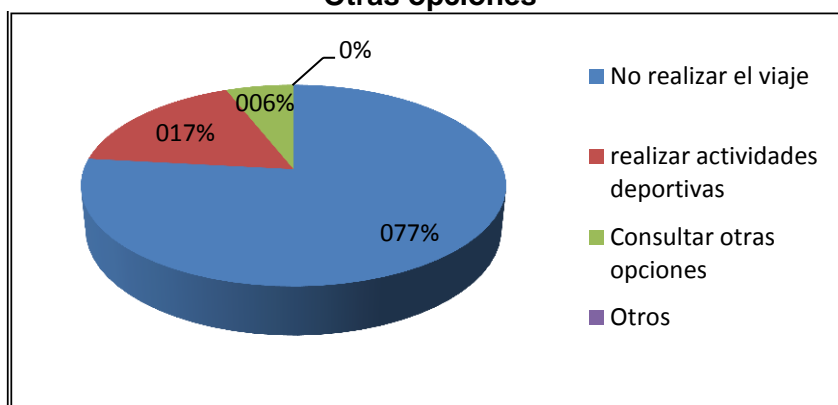
**Tabla 16**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Pago inmediato	3	2.59%
Pago mensual	93	80.17%
50% inicio y 50% final	20	17.24%
Otros	0	0%

**16.- En el caso de no contar con el dinero para comprar un paquete turístico a la Operadora de Turismo. ¿Cuál de estas sería su opción?**

No realizar el viaje                      realizar actividades deportivas  
Consultar otras opciones              Otros

**Cuadro 18**  
**Otras opciones**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

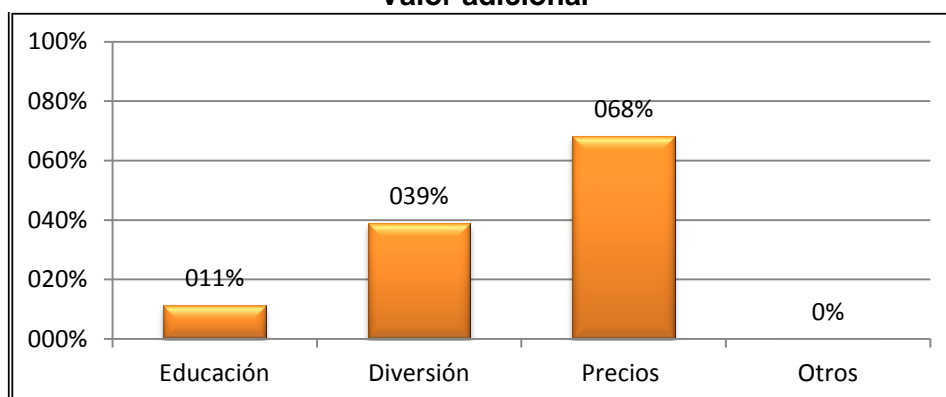
**Tabla 18**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
No realizar el viaje	89	76.72%
Salir de paseo	20	17.24%
Consultar otras opciones	7	6.03%
Otros	0	0%

**17.- A más de los servicios incluidos en el paquete. ¿En cuál de los siguientes aspectos le gustaría que se trabaje en un valor adicional para mejorar el producto o servicio?**

Educación                  Diversión                  Precios                  Otros

**Cuadro 19**  
**Valor adicional**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

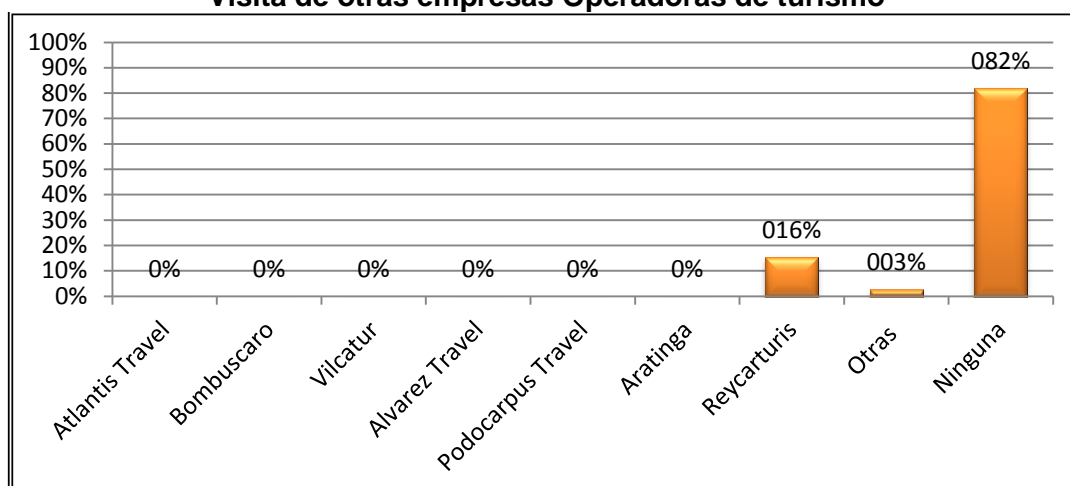
**Tabla 19**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Educación	13	11.21%
Diversión	45	38.79%
Precios	79	68.10%
Otros	0	0%

**18.- ¿Cuál de las siguientes empresas ha visitado su lugar de trabajo?**

Atlantis travel                  Bombuscaro operadora de viajes y turismo                  Vilcatur  
 Álvarez travel                  Podocarpustravel                  Aratinga  
 Reycarturis                  Otros                  Ninguna

**Cuadro 20**  
**Visita de otras empresas Operadoras de turismo**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 20**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Atlantis Travel	0	0%
Bombuscaro	0	0%
Vilcatur	0	0%
AlvarezTravel	0	0%
PodocarpusTravel	0	0%
Aratinga	0	0%
Reycarturis	18	15.52%
Otras	3	2.59%
Ninguna	95	81.90%

**19.- ¿Cuál fue su percepción de las empresas que le han ofertado o vendido productos?**

Confiables

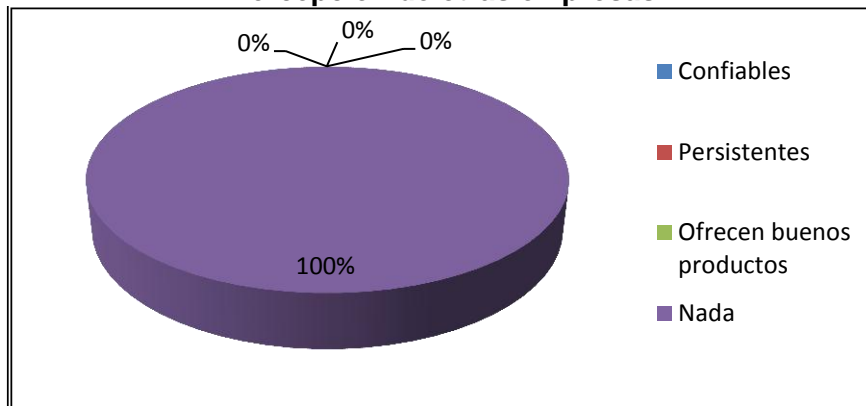
Persistentes

Ofrecen buenos productos

Nada



**Cuadro 21**  
**Percepción de otras empresas**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 21**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Confiables	0	0%
Persistentes	0	0%
Ofrecen buenos productos	0	0%
nada	116	100%

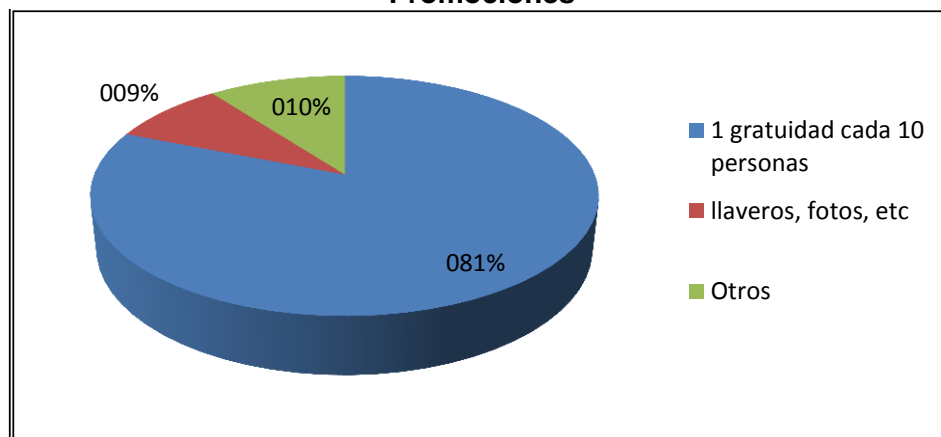
**20.- De las siguientes promociones ¿Cuáles son las de su mayor agrado?**

1 gratuidad por cada 10 personas

Que se ofrezca algún tipo de recuerdo al final del viaje (llaveros, fotos, etc.)

Otros

**Cuadro 22**  
**Promociones**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Tabla 22**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Gratuidad cada 10 personas	94	81.04%
Llaveros, fotos etc.	10	8.62%
Otros	12	10.34%

**21.- ¿Por qué medios de comunicación le gusta recibir información de nuevas empresas como las Operadoras de turismo sus productos y servicios que ofrece?**

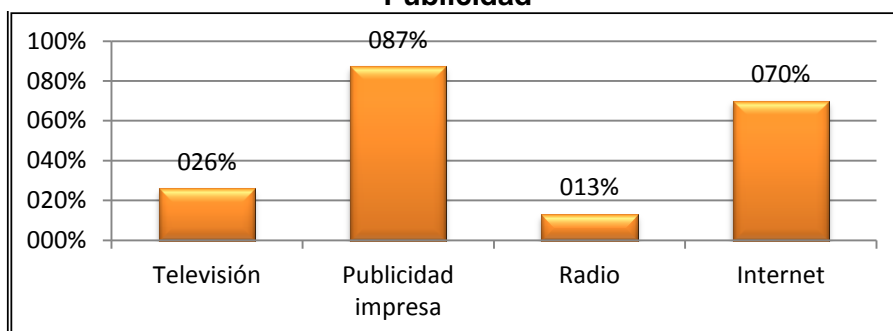
Televisión

Publicidad impresa

Radio

Internet

**Cuadro 23  
Publicidad**



Autor: Magaly Tandazo  
Fuente: información primaria

**Cuadro 23**

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Televisión	30	25.86%
Publicidad impresa	101	87.07%
Radio	15	12.93%
Internet	81	69.83%

## 9.5 ANEXO 4: Formato de Encuestas



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**ÁREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

La siguiente encuesta se la realiza con el objeto de recopilar información que permitirá determinar la factibilidad e importancia de una Operadora de turismo en la parroquia Catacocha y el posible incremento de la promoción del turismo, que se lo realizará por medio de la venta de productos y servicios que la misma brindará. (215 encuestas)

**Sírvase contestar las siguientes preguntas por favor.**

Fecha:..... curso:.....  
Dependencia económica total ( ) en parte ( ) ninguna ( )

**1.- Le gustaría comprar paquetes turísticos en una operadora de turismo.**

Si ( ) No ( )

**2.- ¿Cuál cree que será la ayuda que brindará la Operadora de Turismo a la parroquia Catacocha?**

Promoción turística ( ) Generación de empleo( ) Desarrollo local económico ( )

**3.- ¿Por cuál de las siguientes razones le gustaría comprar paquetes turísticos en la Operadora de turismo?**

Por comodidad ( ) Economía ( ) Seguridad ( )

**4.- Si la empresa cumplió con sus expectativas. ¿Con qué frecuencia volvería a comprar en la Operadora de Turismo?**

4 veces al año ( ) 2 veces al año ( ) 1 vez por año ( ) 1 vez por mes ( )

**5.- ¿Por qué razón no compraría productos y servicios en la empresa?**

Precios altos ( ) Incumplimiento ( ) Poca confianza ( )

**6.- ¿Cada qué tiempo realiza viajes fuera de su lugar de residencia?**

4 veces al año ( ) 2 veces al año ( ) 1 vez por año ( ) 1 vez por mes ( ) Otros ( )

**7.- Dentro de atractivos relevantes con los que cuenta la parroquia Catacocha ¿cuáles son de su interés?**

Shyriculapo ( ) Las casas patrimoniales ( ) Museos ( ) La piedra del indio ( )

**8.- Tomando en cuenta factores como comodidad, calidad y seguridad. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete que le permita conocer la parroquia Catacocha?**

10 – 15 dólares ( ) 15 – 20 dólares ( ) 20 – 25 ( )

**9.- De agradecerle los sitios que visita. ¿Con quién le gustaría volver a visitar?**

Familia ( ) Amigos ( ) Compañeros ( ) Con su pareja ( ) Otros ( )

**10.- ¿A cuál de estas regiones le gustaría viajar?**

Costa ( ) Sierra ( ) Amazonía ( )

**11.- ¿Cuál de los siguientes lugares le es de más agrado para visitar o volverlo a visitar.**

Loja ( )      Quito ( )      Guayaquil ( )      Machala ( )      Zamora Ch. ( )

**12.- ¿Por qué motivos realiza o realizaría los viajes?**

Necesidad ( )      Salud ( )      Conocimiento ( )      Ocio ( )

**13.- ¿Al término del año escolar por lo general se realiza giras ¿Cuál sería su sitio de elección?**

Salinas ( )      Puyo ( )      Baños de Ambato ( )      Paltas ( )

**14.- Para realizar este tipo de viajes requiere mínimo de 4 días 3 noches y dependiendo del itinerario se establece el precio ¿Cuánto está dispuesto a pagar?**

175 – 200 dólares ( )      200 – 250 dólares ( )      250 – 300 dólares ( )

**15.- En caso de comprar paquetes turísticos. ¿Cuál de estas formas de pago le resulta de mayor comodidad?**

Pago inmediato ( )      Pagos mensuales ( )      50% al inicio y luego el otro 50%( )      Otros ( )

**16.- En el caso de no contar con el dinero para comprar un paquete turístico a la Operadora de Turismo. ¿Cuál de estas sería su opción?**

No realizar el viaje ( )      Salir de paseo ( )      Consultar otras opciones ( )      Otros ( )

**17.- A más de los servicios incluidos en el paquete. ¿En cuál de los siguientes aspectos le gustaría que se trabaje en un valor adicional para mejorar el producto o servicio?**

Educación ( )      Diversión ( )      Precios ( )      Otros ( )

**18.- ¿Cuál de las siguientes empresas ha visitado su establecimiento educativo?**

Atlantis travel( ) Bombuscaro operadora de viajes y turismo ( )      Vilcatur ( )  
Álvarez travel( ) Podocarpustravel( )      Aratinga ( )  
Reycarturis( )

**19.- ¿Cuál fue su percepción de las empresas que le han ofertado o vendido productos?**

Confiables ( )      Persistentes ( )      Ofrecen buenos productos ( )      Nada ( )

**20.- De las siguientes promociones ¿Cuáles son las de su mayor agrado?**

1 gratuidad por cada 10 personas( )  
Que se ofrezca algún tipo de recuerdo al final del viaje (llaveros, fotos, etc.)( )

**21.- ¿Por qué medios de comunicación le gusta recibir información de nuevas empresas como las Operadoras de turismo sus productos y servicios que ofrece?**

Televisión ( )      Publicidad impresa ( )      Radio ( )      Internet ( )



**UNIVERSIDAD NACIONAL DE LOJA**  
**AREA JURÍDICA SOCIAL Y ADMINISTRATIVA**  
**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA**

La siguiente encuesta se la realiza con el objeto de recopilar información que permitirá determinar la factibilidad e importancia de una Operadora de turismo en la parroquia Catacocha y el posible incremento de la promoción del turismo, que se lo realizará por medio de la venta de productos y servicios que la misma brindará. (116 encuestas)

**Sírvase contestar las siguientes preguntas por favor.**

Fecha:..... **Trabajo** Nombramiento ( ) Contrato ( )  
**Ingresos económicos** Excelente ( ) Muy bueno ( ) Bueno ( )

**1.- Considera necesario que la parroquia cuente con una operadora de turismo.**

Si ( ) No ( )

**2.- Cuál cree que será la ayuda que brindará la Operadora de Turismo a la parroquia Catacocha.**

Promoción turística ( ) generación de empleo ( ) Desarrollo social económico ( )

**3.- ¿Por cuál de las siguientes razones le gustaría comprar paquetes turísticos?**

Por comodidad ( ) Economía ( ) Seguridad ( )

**4.- Si la empresa cumplió con sus expectativas ¿Con qué frecuencia volvería a comprar en la Operadora de Turismo?**

4 veces al año ( ) 2 veces al año ( ) 1 vez por año ( ) 1 vez por mes ( )

**5.- ¿Por qué razón no compraría productos y servicios en la empresa?**

Precios altos ( ) Incumplimiento ( ) Poca confianza ( )

**6.- ¿Cada qué tiempo realiza viajes fuera de su lugar de residencia?**

4 veces al año ( ) 2 veces al año ( ) 1 vez por año ( ) 1 vez por mes ( )

**7.- Dentro de atractivos relevantes con los que cuenta la parroquia Catacocha ¿cuáles son de su interés?**

Shyriculapo ( ) Las casas patrimoniales ( ) Museos ( ) La piedra del indio ( )

**8.- Tomando en cuenta factores como comodidad, calidad y seguridad. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete que le permita conocer la parroquia Catacocha?**

10 – 15 dólares ( ) 15 – 20 dólares ( ) 20 – 25 ( )

**9.- De agradaarle los sitios que visita. ¿Con quién le gustaría volver a visitar?**

Familia ( ) amigos ( ) compañeros ( ) con su pareja ( )

**10.- ¿A cuál de estas regiones le gustaría viajar?**

Costa ( ) Sierra ( ) Amazonía ( )

**11.- ¿Cuál de los siguientes lugares le es de más agrado para visitar o volverlo a visitar?**

Loja ( ) Quito ( ) Guayaquil ( ) Machala ( ) Zamora Ch. ( )

**12.- ¿Por qué motivos realiza o realizaría los viajes?**

Necesidad ( ) salud ( ) conocimiento ( ) ocio ( )

**13.- ¿Para realizar viajes por descanso, salud u Ocio ¿Cuál sería su sitio de elección?**

Salinas ( ) Puyo ( ) Baños de Ambato ( ) Paltas ( )

**14.- Para realizar este tipo de viajes requiere mínimo de 4 días 3 noches y dependiendo de la comodidad, seguridad etc. se establece el precio ¿Cuánto está dispuesto a pagar?**

175 – 200 dólares ( ) 200 – 250 dólares ( ) 250 – 300 ( )

**15.- En caso de comprar paquetes turísticos. ¿Cuál de estas formas de pago le resulta de mayor comodidad?**

Pago inmediato ( ) pagos mensuales ( ) 50% al inicio y 50% final ( ) otros ( )

**16.- En el caso de no contar con el dinero para comprar un paquete turístico a la Operadora de Turismo. ¿Cuál de estas sería su opción?**

No realizar el viaje ( ) salir de paseo ( ) consultar otras opciones ( ) otros ( )

**17.- A más de los servicios incluidos en el paquete. ¿En cuál de los siguientes aspectos le gustaría que se trabaje en un valor adicional para mejorar el producto o servicio?**

Educación ( ) diversión ( ) precios ( ) otros ( )

**18.- ¿Cuál de las siguientes empresas ha visitado su lugar de trabajo?**

Atlantis travel ( ) Bombuscaro ( ) Vilcatur ( ) Álvarez travel ( )  
Podocarpustravel ( ) Aratinga ( ) Reycarturis ( ) otros ( )

**19.- ¿Cuál fue su percepción de las empresas que le han ofertado o vendido productos?**

Confiables ( ) Persistentes ( ) ofrecen buenos productos ( ) nada ( )

**20.- De las siguientes promociones ¿Cuáles son las de su mayor agrado?**

1 gratuidad por cada 10 personas ( )

Que se ofrezca algún tipo de recuerdo al final del viaje (llaveros, fotos, etc.) ( )

**21.- ¿Por qué medios de comunicación le gusta recibir información de nuevas empresas como las Operadoras de turismo sus productos y servicios que ofrece?**

Televisión ( ) publicidad impresa ( ) radio ( ) internet ( )