UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO

CARRERA:

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Trabajo de titulación previo a la obtención del título de:
INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA OPERADORA DE TURISMO INCLUSIVO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD FÍSICA DEL DISTRITO METROPOLITANO DE QUITO, ENFOCADO EN EL PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

AUTOR:

DANIEL EMILIO VINUEZA MORALES

DIRECTOR:

NELSON GUSTAVO CÁCERES GARCÍA

Quito, abril de 2015

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD Y AUTORIZACIÓN DE USO DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

Yo, autorizo a la Universidad Politécnica Salesiana la publicación total o parcial de este trabajo de titulación y su reproducción sin fines de lucro.

Además, declaro que los conceptos, análisis desarrollados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad del autor.

Quito, abril de 2015

_____

Daniel Emilio Vinueza Morales
C.I. 1725080673

DEDICATORIA

¡Un sueño, una realidad!

Dios

Ser Todopoderoso que guía cada uno de los pasos que damos en esta tierra, nos abre todos los días una nueva esperanza de cumplir con nuestras metas y objetivos, siempre siguiendo sus divinos designios de amor y fe.

A mis padres, Miguel y Silvana

Fuente infinita de sabiduría, amor, compresión y cariño, parte de vital importancia en mi vida quienes han sido la fuerza para la culminación de mis estudios y de esforzarme cada día por ser un mejor hombre y ser humano.

AGRADECIMIENTO

A Gustavo Cáceres García

Por su guía técnica y profesional al ser un verdadero amigo quien me brindó su paciencia, sabiduría, calidad humana, por todas sus horas de dedicación y entereza en el momento de impartirme conocimientos para culminar con éxito el desarrollo de este trabajo de grado.

ÍNDICE

CAPÍTULO 1.....1
INTRODUCCIÓN.....1
1.1. Planteamiento del problema.....1
1.2. Objetivos.....10
1.3. Justificación.....11
1.4. Delimitación.....12
1.5. Resumen de la propuesta de intervención.....14
1.6. Beneficiarios de la propuesta de intervención.....16
1.7. Fundamentación Teórica.....17
1.8. Hipótesis.....23
1.9. Operacionalización del Problema.....23
1.10. Diseño Metodológico.....27
CAPÍTULO 2.....30
ANÁLISIS ORGANIZACIONAL.....30
2.1. Análisis PEST.....30
2.1.1. Matriz de evaluación de factores externos.....30
2.2. Modelo de las cinco fuerzas de Porter.....41
2.3. Análisis de factores internos.....51
2.4. Modelo de la cadena de valor.....53
2.5. Análisis Jurídico – Legal.....57
2.5.1. Tipo de compañía escogida para el desarrollo del proyecto.....59
2.5.2. Reglamentación tributaria para la actividad turística.....60
2.5.3. Normativa jurídica que rige a las empresas de actividad turística.....61
2.5.4. Exenciones tributarias a las empresas turísticas.....66
2.6. Impacto Ecológico del proyecto desde el punto de vista jurídico.....68
CAPÍTULO 3.....71
ESTUDIO DE MERCADO.....71
3.1. Estudio de Mercado.....71
3.1.1. Mercado Objetivo.....71
3.1.2. Estudio de Campo.....91

3.2. Diseño de Marketing 140
3.2.1. Marketing de Contenidos 142
3.2.2. Caracterización de los sitios turísticos 146
3.2.3. Modelo de bus tipo 156
CAPÍTULO 4 158
ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO 158
4.1. Localización del proyecto 158
4.1.1. Macrolocalización del proyecto 158
4.1.2. Microlocalización del proyecto 164
4.2. Ingeniería del proyecto 167
4.2.1. Gestión de talento humano 168
4.2.2. Recursos materiales, monetarios y tecnológicos 193
4.2.2.1. Depreciación de activos fijos 194
4.3. Estudio Financiero 195
4.3.1. Criterio utilizado para realizar la proyección de datos 196
4.3.2. Aporte de socios y gastos de constitución 197
4.3.3. Determinación de ingresos anuales 198
4.3.4. Determinación de costos anuales 200
4.3.5. Estado de situación financiera inicial 211
4.3.6. Capital de trabajo 213
4.3.7. Flujo de fondos del proyecto 213
4.3.8. Evaluación financiera del proyecto 217
4.3.9. Determinación del punto de equilibrio por tours 225
4.3.10. Conclusión del análisis financiero del proyecto 233
CONCLUSIONES 234
RECOMENDACIONES 235
LISTA DE REFERENCIAS 236
ANEXOS 244

ÍNDICE DE FIGURAS

Evolución – Total nacional de personas con discapacidades registradas en el CONADIS, Periodo 2010 – 2013. 3
Porcentajes población según tipo de discapacidad Distrito Metropolitano de Quito..... 4
Comparación PIB por Sectores (Agropecuario, Minero vs. Servicios Turísticos) EE.UU. 2012..... 5
Comparación PIB por sectores (Construcción, Agropecuario vs. Turismo) España. 2012 6
Árbol de problemas de la investigación. 8
Tiempo de elaboración del proyecto de factibilidad 13
Ubicación Espacial del Proyecto..... 14
Pasos Estudio de Factibilidad..... 20
Crecimiento de la Economía del Ecuador medida por el Producto Interno Bruto (2009 – 2013) 37
Promedio de Creación de Empresas de Turismo con servicios de esparcimiento para personas con discapacidades. 44
Estrategias resultantes del Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter 51
Grupos de procesos: Modelo de la Cadena de Valor 54
Mapa de Procesos de la Empresa Operadora de Turismo Inclusivo. 55
Cadena de valor (Procesos de innovación, operativos y de valor agregado) EOTIPDF.. 56
Pasos para la Constitución de una compañía en forma electrónica 60
Modelo Registro de Turismo 62
Modelo Licencia Única Anual de Funcionamiento 67
Ejemplo gráfico de protección al ambiente a través de la implementación de normas de visita. 68
Diagrama ambiental de la EOTIPDF 70
Crecimiento personas con Discapacidad Física DMQ (2010 - 2013)..... 72
Tendencia de crecimiento del número de personas con discapacidad física del D.M. Quito 75
Total de personas con discapacidad física D.M. Quito (Proyección 2014 – 2020) 76

Distribución por géneros Personas con Discapacidad Física – D.M. Quito. Año: 2013 .79
Total de personas con discapacidad física por Género D.M. Quito (Proyección: 2014 – 2020) 79
Porcentaje de ciudadanos con discapacidad física – Mayores y Menores de edad. DMQ – 2013.....80
Crecimiento estimado de personas con discapacidad física por edad. DMQ: 2014 – 2020. 81
Ranking de entidades públicas con sede en Quito por número de empleados con discapacidad 84
Total de empleados privados con discapacidad (Pichincha – Quito). Año 2012.....86
Inserción laboral de personas con discapacidad. Sectores público y privado. Año 2012. 87
Total de personas discapacitadas insertadas en el mercado laboral (público y privado). Años 2013 – 2020. 88
Proyección demanda personas sin discapacidad y con aflicciones motrices menores. Segmento de 50 años en adelante.....89
Árbol Mercado Objetivo 90
Distribución personas encuestadas por rango de edades. Formato “A”.....98
Distribución personas encuestadas por género. Formato “A”. 99
Distribución personas encuestadas por nivel de ingresos. Formato “A”. 100
Resultados pregunta 1. Encuesta formato “A”.....101
Respuestas pregunta 2 – encuesta “A”. Grupo de 19 a 29 años.....104
Respuestas pregunta 2 – encuesta “A”. Grupo de 30 a 39 años.....104
Respuestas pregunta 2 – encuesta “A”. Grupo de 40 a 49 años.....105
Respuestas pregunta 2 – encuesta “A”. Grupo de 50 a 59 años.....105
Respuestas pregunta 2 – encuesta “A”. Grupo de 60 años en adelante. 106
Respuestas pregunta 2 – encuesta “A”. Determinación demanda insatisfecha.....107
Respuestas pregunta 3 – encuesta “A”.....109
Respuestas pregunta 4 – encuesta “A”.....110
Respuestas pregunta 5 – encuesta “A”.....112
Respuestas pregunta 6 – encuesta “A”.....113

Respuestas pregunta 7 – encuesta “A”. 115
Respuestas pregunta 8 – encuesta “A”. 118
Respuestas pregunta 9 – encuesta “A”. 119
Distribución personas encuestadas por rango de edades. Formato “B”. 120
Distribución personas encuestadas por género. Formato “B”. 121
Distribución personas encuestadas por nivel de ingresos. Formato “B”. 122
Resultados pregunta 1. Encuesta formato “B” 124
Resultados pregunta 2. Encuesta formato “B” 127
Determinación demanda insatisfecha. Personas sin discapacidad. 128
Resultados pregunta 3. Encuesta formato “B” 130
Resultados pregunta 4. Encuesta formato “B” 132
Resultados pregunta 5. Encuesta formato “B” 133
Resultados pregunta 6. Encuesta formato “B” 134
Resultados pregunta 7. Encuesta formato “B” 136
Resultados pregunta 8. Encuesta formato “B” 137
Resultados pregunta 9. Encuesta formato “B” 139
Logo empresarial TURISINCLUSIVE Cía. Ltda. 140
Fotografía Termas Papallacta. 150
Fotografía Termas Chachimbiro. 151
Fotografía Piscina “Aguas Hediondas”. 152
Fotografía Piscinas “Termas de la Virgen”. Baños - Tungurahua 153
Fotografía Piscinas “Novaqua”. Baños, Cuenca – Azuay. 154
Fotografía: Atardecer típico playa Las Peñas - Esmeraldas. 155
Fotografía: Playa de Chipipe – Salinas, Santa Elena. 156
Infografía: el servicio para personas con discapacidad, según el INEN. 157
Mapa de ubicación: central administrativa TURISINCLUSIVE. 158
Mapa de ubicación: impulso de ventas y facturación - TURISINCLUSIVE. 164
Plano oficina de administración “TURISINCLUSIVE” Cía. Ltda. 165
Stand isla centro comercial. Punto de venta TURISINCLUSIVE Cía. Ltda. 166
Organigrama TURISINCLUSIVE Cía. Ltda. 168

ÍNDICE DE TABLAS

Población según tipo de discapacidad Provincia de Pichincha Año 2013 3
Ingresos y llegada de visitantes por turismo internacional Año 2013 5
Identificación de Variables 24
Factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos de influencia en la Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito 31
Matriz de Evaluación de Factores Externos inherentes del Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito 33
Comparación escala remunerativa mínima Sector Público vs Sector Privado 40
Empresas de Turismo nacionales que ofertan tours accesibles para Personas con Discapacidad 42
Año de creación de las Empresas competidoras vs. Empresa propuesta resultante del proyecto de factibilidad 44
Matriz de Evaluación de Factores Internos de la EOTIPDF 52
Características de la Compañía Limitada 59
Datos para la aplicación de la Regresión Lineal – Proyección Número de Personas con Discapacidad Física. 74
Estadística: Personas con discapacidad de acuerdo a la clase de minusvalía. Año 2013 77
Distribución por género (provincias) – Personas Discapacitadas. Año: 2013 (Ref. Tabla. 12) 78
Total de Personas con Discapacidad Física (Pichincha – Quito) por edad. Año 2013 80
Personas con discapacidad insertadas laboralmente en instituciones del Sector Público con sede en Quito - Año 2012 82
Número de Personas según el tipo de discapacidad insertadas en el mercado laboral – Sector Público y Privado – D.M. Quito. Año 2012 86
Inserción de personas con discapacidad en el mercado laboral (2009 – 2012) 87
Proyección Poblacional Personas mayores a 50 años. Provincia de Pichincha (2013 – 2020) 88
Proyección (2013 - 2020): Demanda de personas sin discapacidad del DMQ 89

Segmento de Mercado utilizado para el desarrollo del estudio.....89
Tabulación de Datos Pregunta 2 – Formato “A” 103
Resultados Pregunta 3 – Encuesta “A” 108
Tabulación de datos. Pregunta 2 – Encuesta Tipo “B” 126
Tabulación de datos. Pregunta 3 – Encuesta Tipo “B” 130
Tabulación de datos. Pregunta 4 – Encuesta Tipo “B” 131
Tabulación respuestas pregunta 6. Encuesta “B”.....134
Tabulación de datos. Pregunta 7 – Encuesta “B”.....136
Tabulación resultados Pregunta 8. Encuesta “B”.....137
Tabulación de datos. Pregunta 9 – Encuesta “B”.....139
Parámetros de Valoración del Índice de Barthel.....147
Interpretación de “Shah et al”, sobre la puntuación del Índice de Barthel 149
Flujo diario de visitantes (promedio).....160
Explicación de resultados y decisión Criterio a).....160
Costo de alquiler mensual isla de ventas: 2 metros cuadrados (l = 2m; a = 2m; h = 1,60m) 161
Explicación de resultados y decisión Criterio b) 161
Costo concesión de alquiler isla de ventas y cuota extra anual (Monto no reembolsable). Inicio de operaciones.....161
Explicación de resultados y decisión Criterio c).....162
Proceso para establecer los servicios turísticos como producto final. 167
Esquema funcional y de competencias: Junta General de Socios.....169
Perfil ocupacional: Presidencia y Gerencia General.....172
Perfil ocupacional: Servicio Médico.....177
Perfil ocupacional: Ventas y facturación 180
Perfil ocupacional: Contabilidad.....183
Perfil ocupacional: Logística.....187
Perfil ocupacional: Promotor del tour.....190
Recursos Materiales y Monetarios “TURISINCLUSIVE Cía. Ltda.”.....193
Depreciación de activos: Equipo de Computación 195
Depreciación de activos: Mobiliario de Oficina 195

Porcentaje de Inflación Anual del Ecuador.....196
Proyección (2015 – 2020 Índices de Inflación y de Productividad).....196
Aportes de capital “TURISINCLUSIVE Cía. Ltda.”.....197
Presupuesto Gastos de Constitución de la Empresa Operadora de Turismo Inclusivo .197
Proyección demanda por clase (2015 – 2020).....199
Demanda proyectada de usuarios por destino del tour (2015 – 2020).....199
Precios estimados: 2015- 2020.....199
Total ingresos proyectados “TURISINCLUSIVE”. Periodo 2015 - 2020.....200
Detalle de costos tour a Papallacta.....201
Detalle de costos tour a Chachimbiro.....201
Detalle de costos tour a Aguas Hediondas (Tufiño – Carchi).....202
Detalle de costos tour a Baños de Agua Santa.....202
Detalle de costos tour a Baños de Cuenca.....203
Detalle de costos tour Tonsupa - Atacames – Las Peñas.....203
Detalle de costos tour Salinas – Santa Elena.....204
Operación turística anual propuesta para el año 2015.....205
Evolución de costos individuales. Periodo 2015 - 2020.....205
Crecimiento costos totales: año 2015 al 2020.....206
Ganancias brutas por tour. Proyección 2015 - 2020.....206
Proyección (2015-2020) gasto anual sueldo Gerente.....207
Proyección (2015-2020) gasto anual sueldo Vendedor.....208
Proyección (2015-2020) gasto anual sueldo Promotor.....208
Proyección (2015-2020) gasto anual honorarios Jefe de Logística.....208
Proyección (2015-2020) gasto anual honorarios Contador.....208
Proyección (2015-2020) gasto arriendo Stand Centro Comercial “El Recreo”.....209
Cuadro comparativo de préstamos.....210
Amortización préstamo bancario.....211
Estado de Situación Financiera Inicial TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA. (Año Cero) 213
Flujo de Fondos del Inversionista “TURISINCLUSIVE Cía. Ltda.”.....214
Estado de Situación Financiera de TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA. (Proyección 2014 – 2020).....215

Estado de Resultados de TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA. (Proyección 2014 – 2020) 216

ÍNDICE DE ANEXOS

Estados de flujo del efectivo y cambios en el patrimonio TURISINCLUSIVE 2015 – 2020……....244

Políticas empresariales……251

RESUMEN

La idea y objetivos de crear una empresa operadora de turismo inclusivo para personas con discapacidad física se ven respaldados en el análisis técnico de esta investigación.

El estudio concentra aspectos importantes desde el punto de vista legal, económico, médico y social los cuales permiten establecer la factibilidad de operar comercialmente una compañía de turismo inclusiva para personas con enfermedades en miembros motrices. Contempla campos de las ciencias Administrativas inmersos en el estudio de la Ingeniería Comercial como: Finanzas, Economía, Investigación de Operaciones, Marketing y Recursos Humanos.

Ofrece un conocimiento administrativo sobre el manejo de una Empresa de Turismo Inclusivo, apoyándose en los postulados del Plan Nacional del Buen Vivir, así como en los estamentos de salud pública.

La investigación contiene elementos sociales en la determinación de lugares estratégicos para el traslado de personas discapacitadas, su diversión, trato igualitario y destinos turísticos previamente seleccionados acorde a las necesidades íntimas y grupales.

Es importante destacar que el proyecto al proponer turismo inclusivo quiere dar a conocer que es igualitario y abierto a todo público, tal cual lo expresa el título de la tesis, invita a toda clase de usuarios a ser partícipes de los servicios que oferte TURISINCLUSIVE (nombre propuesto de la empresa), enmarcándose en los ejes gubernamentales descritos en el Buen Vivir.

En el desarrollo de la tesis, se analizan cifras estadísticas y contenidos de índole social - político y económico, acordes a la realidad de las personas con discapacidad física así como de la situación real en el pensamiento y actitudes de las autoridades responsables en el manejo de políticas gubernamentales en relación al tema tratado en todos los capítulos.

ABSTRACT

This research contains objectives and ideas for to create a tourism inclusive company with services for physically disabled.

The survey concentrates important aspects of legal, economic, medical, financial, marketing and human sciences.

In these pages, it explains the importance to create this company, because sets the commercial and financial feasibility for this enterprise.

It offers an administrative knowledge about managing a company Inclusive Tourism, based on the principles of the National Plan for Good Life, as well as in the sectors of public health.

The research contains social elements in determining strategic locations for the transfer of disabled people, their fun, equal treatment and destinations previously selected according to the intimate and group necessities.

Importantly, the proposed inclusive tourism project aims to discover which is egalitarian and open to the public , as is expressed in the title of the thesis, invites all users to share in the services TURISINCLUSIVE (name proposed enterprise), framed in government axes described in the Good Life .

Contemplates analysis in statistical figures, social and political environment, according to physically disabled's reality. Describes actual situation in the thinking and attitudes of policy makers in managing government policies in relation to the subject in all chapters.

CAPÍTULO 1
INTRODUCCIÓN

1.1. Planteamiento del problema

a) Análisis de situación del caso de investigación

El término discapacidad, en su generalidad comprende el conjunto de limitaciones y restricciones en la participación de una persona; se presentan, como afecciones propias de una estructura o función corporal, que coarta la ejecución de actividades o las obstaculiza en gran forma, llevando al individuo padeciente de la patología a tener dificultades extremas para participar en situaciones vitales.

De acuerdo a la Clasificación Internacional de Deficiencias, Discapacidades y Minusvalías (CIDDM), expedido por la Organización Mundial de la Salud (OMS, 1980), distingue cuatro acepciones específicas que determinan los diferentes patrones de invalidez que puede presentar un ser humano:

1) ***La enfermedad:*** es el contexto individual que abarca a cualquier clase de padecimiento, perturbación o accidente. Deriva en patologías que impiden la realización de actividades físicas y mentales normales para cualquier ser humano en uso del 100% de sus facultades.
2) ***La deficiencia:*** es la manifestación evidente de las secuelas producidas por una enfermedad en órganos y miembros del cuerpo, tanto en su estado como en sus funciones. Incluye aspectos psicológicos.
3) ***La discapacidad:*** es la presentación objetiva de la deficiencia en la persona, que le impide ejecutar acciones consideradas comunes para cualquier hombre o mujer acorde a su edad.
4) ***La minusvalía:*** es la socialización de la discapacidad que afecta al individuo, la que se manifiesta dentro del rol social y desempeño propio de este.

Al ser un fenómeno complejo, se deriva en una interacción entre las características propias del organismo humano y las reflejadas por la sociedad donde vive.

En el país, las personas discapacitadas han sido discriminadas y segregadas, viéndose impedidas de actuar, desarrollar actividades económicas, tener acceso al estudio, además de ser rechazadas, como objeto de burla en algunos sectores de la sociedad, derivando varias ocasiones en suicidios al no sentirse parte de un grupo social que los acoja, respete, brinde el cariño y comprensión requerida.

En el Ecuador a mayo del 2013 existen 361.511 personas con discapacidades registradas en el Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS), dividiéndose en diversas categorías que abarcan discapacidades auditivas, físicas, intelectuales, lenguaje, psicológicas y visuales. (Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades, 2013, p. 5)

(Ver Figura 1)

Dentro de estas, 46.000 personas con algún tipo de discapacidad corresponden al Distrito Metropolitano de Quito, subdividas en 21.173 que pertenecen al segmento de discapacidad física. (Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades, 2013, p. 5)

(Ver: Tabla 1 y Figura 2)

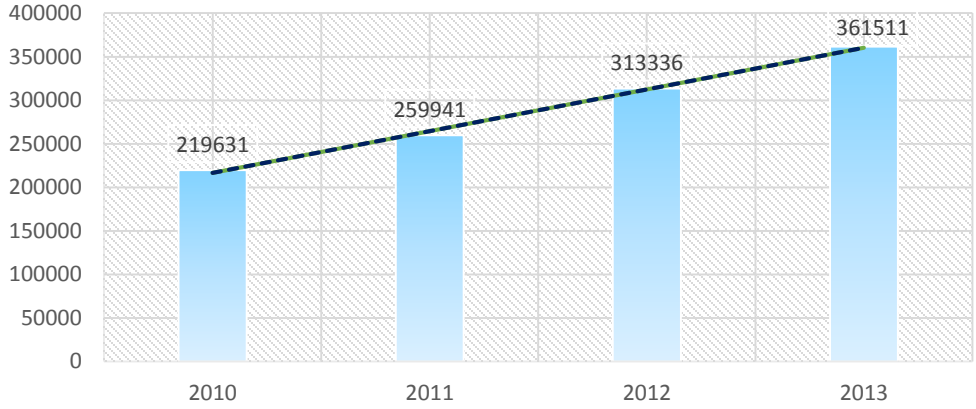


Figura 1. Evolución – Total nacional de personas con discapacidades registradas en el CONADIS, Periodo 2010 – 2013.
Fuente: (Consejo Nacional de Discapacidades, 2013, p.5); (Caiza, O., 2012, p.65); (Ipiales, N., 2011, p.4).
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales.

Tabla 1. Población según tipo de discapacidad Provincia de Pichincha Año 2013

Cantón	Tipo de discapacidad						
	Física	**Auditiva**	**Intelect.**	**Leng.**	**Visual**	**Psicol.**	**Total**
Cayambe	641	288	330	19	167	44	**1489**
Mejía	546	191	383	17	124	45	**1306**
Pedro V. Maldonado	152	24	78	8	37	14	**313**
Pedro Moncayo	254	186	181	15	80	16	**732**
Puerto Quito	149	32	94	6	37	4	**322**
Quito	21173	7020	9702	627	5375	2103	**46000**
Rumiñahui	561	174	280	13	120	57	**1205**
San Miguel de los Bancos	146	37	75	7	43	6	**314**
TOTAL	**23622**	**7952**	**11123**	**712**	**5983**	**2289**	**51681**

Nota. Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS) – Estadística de personas con discapacidad. Obtenido de: http://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/conadis_registro_nacional_discapacidades.pdf
Elaborado por: Autor de Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales.

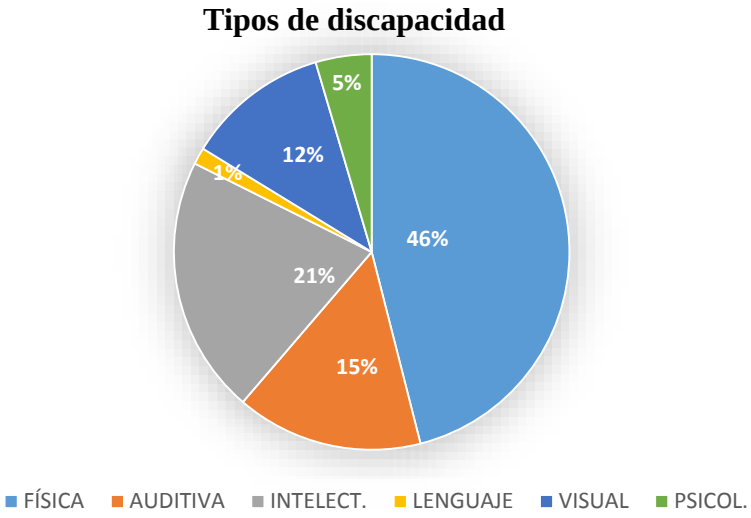


Figura 2. Porcentajes población según tipo de discapacidad Distrito Metropolitano de Quito
Fuente: **(**Consejo Nacional de Discapacidades, 2013, p.5)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Gran parte de ellos no tienen acceso a servicios especializados por su condición, peor aún a disfrutar de las atracciones turísticas que ofrece el país.

Además se estableció que la afección no solo abarca al discapacitado, sino que es compartida con todos los miembros del grupo familiar donde mantiene interacción.

El turismo es la actividad llamada la "industria sin chimeneas", la cual en diversos países genera mayores ingresos que otras ramas comerciales (ver: Tabla 2 y Figuras 3 y 4); por lo que este proyecto satisface dos necesidades: la primera: atención de personas con discapacidad física, la segunda: generación de fuentes de ingreso al bridar excelente oportunidad de emprendimiento productivo, que permite subsistir por parte del mismo, respaldándose en lo manifestado por la Ley de Economía Popular y Solidaria, y los postulados del Buen Vivir como son la equidad social, mejora continua de la calidad de vida y fortalecimiento sostenible del sistema económico social y solidario.

Tabla 2. Ingresos y llegada de visitantes por turismo internacional Año 2013

N°	País	Ingresos (en USD)	Millones de visitantes
1	Estados Unidos	139,6	69,8
2	España	60,4	60,7
3	Francia	56,1	83,0
4	China	51,7	55,7
5	Italia	43,9	47,7
6	Tailandia	42,1	26,5
7	Alemania	41,2	31,5
8	Reino Unido	40,6	31,2

Nota. Panorama OMT del Turismo Internacional – Edición 2014, p.6.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

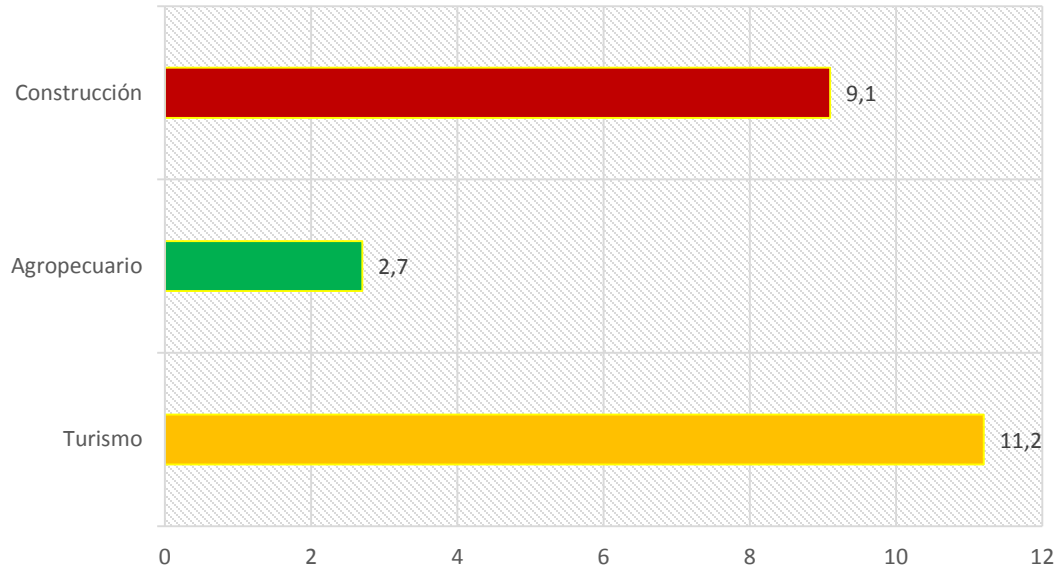


Figura 3. Comparación PIB por Sectores (Agropecuario, Minero vs. Servicios Turísticos) EE.UU. 2012
Fuente: Informe Económico y Comercial – Estados Unidos (Actualización: julio 2013).
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

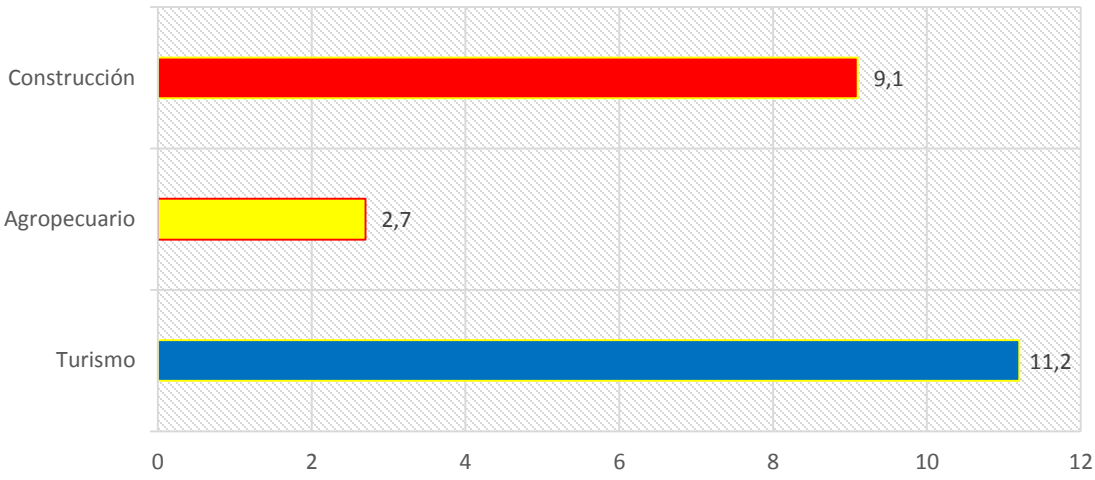


Figura 4. Comparación PIB por sectores (Construcción, Agropecuario vs. Turismo) España. 2012
Nota:
- Estructura de la economía española por sectores económicos y el empleo.
- Noticia digital Diario NEXOTUR: La aportación del turismo al PIB español supera el 11% en 2012, creciendo por tercer año consecutivo. (Publicado el 07/02/2013)

Elaborado por**:** Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

b) Contextualización e identificación del problema de investigación

El Problema de Investigación:

Determinar la factibilidad para la creación de una empresa operadora de turismo inclusivo para personas con discapacidad física del Distrito Metropolitano de Quito en el año 2014, acorde a sus necesidades dentro de los servicios turísticos de los que se han visto excluidos.

Causas y subproblemas:

1) Poca atención a los grupos de personas discapacitadas y falta de interés en formar una sociedad inclusiva, causada por la falta de cultura ética para su trato dentro de la sociedad.
2) Carente servicio de transporte público que facilite el traslado de las personas con discapacidad física.

3) Desinterés social en la generación de entes productivos que incluyan como beneficiarios de bienes o servicios ofertados a sectores desprotegidos de la sociedad.
4) Alto índice de personas con discapacidades físicas y su núcleo familiar que carecen de recursos necesarios para afrontar su aflicción motora.
5) Falta de infraestructura y accesibilidad adecuada a los sitios turísticos, para personas con discapacidad física.
6) Baja promoción de destinos turísticos adecuados para el confort de personas con discapacidades en la Sierra, Amazonía y Litoral Ecuatorianos

Efectos o consecuencias:

1) **Económicos:**

   La carencia de entes productivos dirigidos en beneficio de seres humanos con discapacidades físicas, han privado de un mayor crecimiento a la economía ecuatoriana.

2) **Sociales:**

   Debido a la existencia limitada de empresas que oferten viajes para personas con discapacidad física, estas se han visto cohibidas de disfrutar atracciones turísticas.

3) **Políticos:**

   La despreocupación que existió por aspectos sociales en gobiernos anteriores, motivó al régimen actual el elaborar un plan político para la inserción en la comunidad productiva y de esparcimiento a todos los hombres y mujeres con discapacidades en igualdad de condiciones que una persona sin invalidez alguna.

Árbol de problemas investigación:

"Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito, enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir"

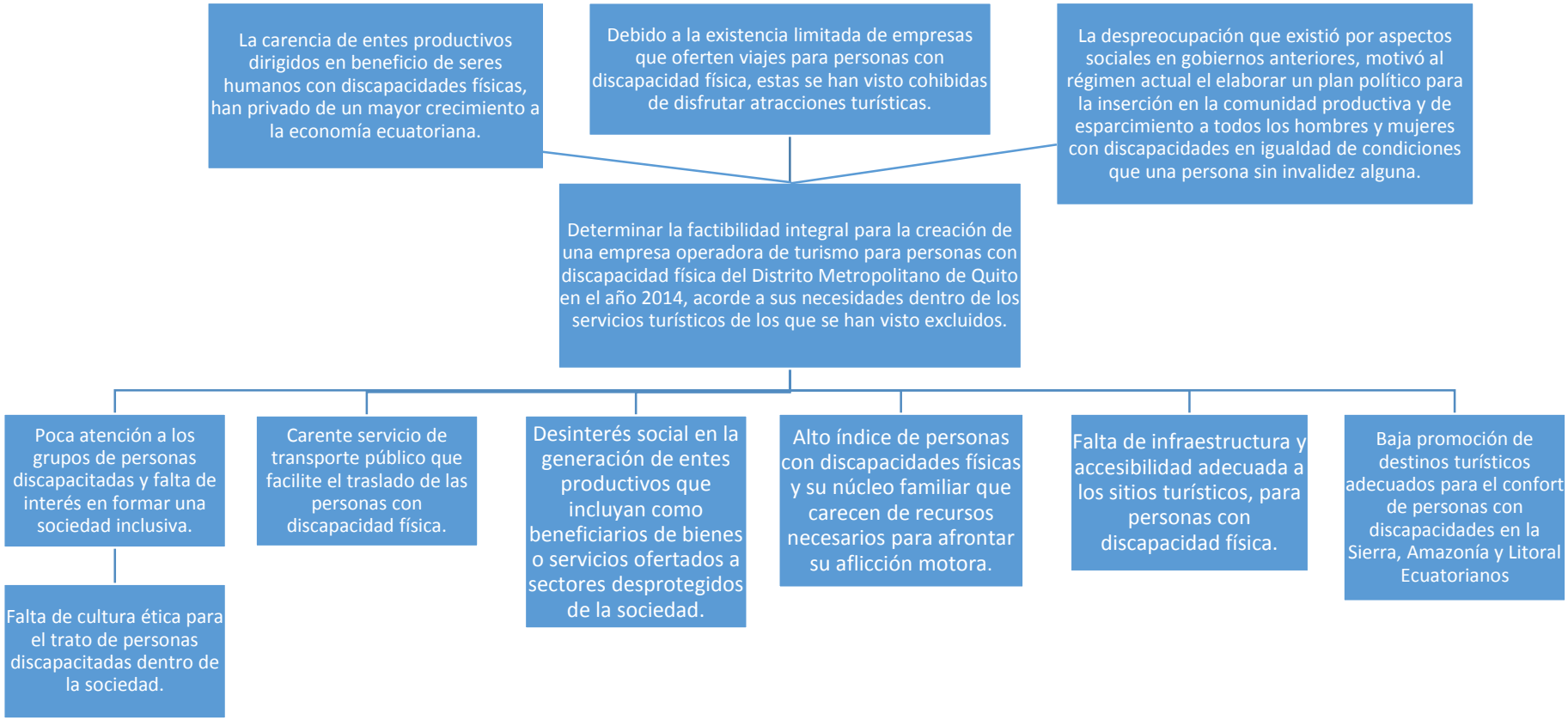


Figura 5. Árbol de problemas de investigación
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

c) Formulación del problema de investigación

¿Por qué se advierte la necesidad de determinar la factibilidad para la creación de una empresa operadora de turismo inclusivo para personas con discapacidad física del Distrito Metropolitano de Quito, acorde a sus necesidades dentro de los servicios turísticos de los que se han visto excluidos?

Porque en el mercado interno no existe amplia oferta de este tipo de servicios y los pocos que operan, su segmento de mercado está condicionado a personas extranjeras bien posicionadas económicamente que visitan el país.

Además, las personas discapacitadas físicamente de clase media ecuatoriana al no disponer de recursos económicos suficientes y de sus miembros motrices completos, han sido consideradas un segmento de mercado no rentable y marginados de poder conocer sitios turísticos debido a que necesariamente requieren ser atendidos y ayudados por terceras personas.

d) Sistematización del problema de investigación

¿Por qué debido a una existencia limitada de empresas que oferten viajes para personas con discapacidad física, estas se han visto cohibidas de disfrutar atracciones turísticas?

Porque al existir una oferta reducida de este tipo de servicios, en mayor medida dirigidos a clases sociales altas de extranjeros, estos mantienen precios elevados no acordes a la realidad económica del ciudadano común ecuatoriano y en razón de no poder realizar funciones vitales por si solos, siempre necesitan ayuda de terceros para el desempeño de las mismas, quitándoles autonomía.

¿Para qué se advierte la necesidad de promover un esparcimiento inclusivo de personas con discapacidades físicas a través de una empresa operadora de turismo?

Por ser un requerimiento básico, debido a que sus familiares no están preparados para afrontar casos de emergencia médica y no contar con los medios necesarios para su traslado a grandes distancias.

Además en los lugares turísticos muchas veces no se cuenta con la infraestructura adecuada para recibirlos y atenderlos como requieren (traslados, medicación, cuidado médico, etc.)

¿Cuál es el grado de importancia dentro de la sociedad al desarrollar un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa operadora de turismo inclusivo de personas con discapacidades físicas?

Este proyecto generará gran impacto dentro de la sociedad, porque permite insertar a un grupo relegado dentro del turismo nacional sin discriminación, ni segmentación por el nivel de ingresos o estilo de vida de cada uno de sus miembros.

1.2. Objetivos

a) Objetivo general

Desarrollar un Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito, enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir.

b) Objetivos específicos

1) Establecer el planteamiento del problema, justificación, delimitación, objetivos, resumen y beneficiarios de la propuesta de intervención.

2) Desarrollar el análisis organizacional y jurídico-legal inmerso en la creación de la empresa operadora de turismo inclusivo.
3) Viabilizar la factibilidad técnica - comercial de la entidad a través del estudio técnico y de mercado.
4) Realizar la evaluación financiera del proyecto.
5) Puntualizar conclusiones y recomendaciones en el desarrollo del estudio de factibilidad.

1.3. Justificación

Las personas discapacitadas tanto en el pasado como en la actualidad han sido sujetas a discriminación y rechazo dentro de la sociedad, lo que no les ha permitido participar en varios campos y actividades por temor a sufrir maltratos.

Esta realidad presenta la no existencia de infraestructura acorde a sus capacidades físico - motoras, razón por la cual el proyecto tiene por finalidad generar un medio de integración social para personas con discapacidad física a través del turismo, debido a que el esparcimiento sano es un recuerdo primordial que enriquece el alma y genera satisfacción en la vida al ser un placer evocado por siempre.

El turismo inclusivo para personas discapacitadas nace como respuesta a la necesidad de satisfacer deseos superiores de integración e inmersión social, dentro de la sociedad que los ha relegado por creerlos diferentes.

El proyecto de factibilidad se orienta a personas con discapacidad física, por ser las que en mayor medida se adaptan a la infraestructura existente en centros turísticos y sus necesidades de relax, distracción, esparcimiento, pueden ser satisfechas en alto nivel con personal capacitado, atención personalizada; a diferencia de otras discapacidades que requieren de mayores cuidados en el traslado, protección y alimentación.

La prioridad y urgencia de este proyecto nace como respuesta al hecho científico que demuestra que una persona vive más tiempo, cuando interactúa socialmente, se siente satisfecha con su vida y considera que ha disfrutado de sus vivencias, por lo que al brindar un nuevo medio de distracción a las personas con discapacidad física generará en ellas un mayor deseo de vivir, de sentirse útiles y ser capaces de conseguir un espacio de felicidad alejándose de la situación de salud particular.

La solución a esta problemática es el desarrollo del Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito, enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir; el cual fundamenta su importancia en entrelazar dos aspectos o ejes principales de la política gubernamental actual como son: la transformación de la matriz productiva, en este caso al propender un emprendimiento empresarial autosustentable partícipe en el desarrollo del país y conciliador con la sociedad, debido a que se integra a este grupo social un servicio del que se han visto relegados.

El proyecto permitirá brindar soluciones a las temáticas que se deriven en el desarrollo del mismo, como son: falta de transporte adecuado, rampas de acceso a lugares turísticos, infraestructura adecuada, alimentación especial, personal especializado, enfermeras y médicos para personas con discapacidades físicas.

1.4. Delimitación

a) Temporal

"Analiza el problema durante un período determinado de tiempo: días, meses, años, décadas, siglos, etc." (Andino, P., 2012, p.6)

El desarrollo del Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito, enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir se va a llevar a cabo dentro de un periodo de 6 meses.

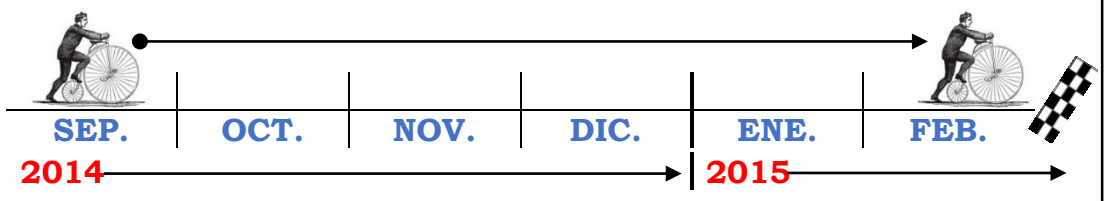


Figura 6. Tiempo de elaboración del proyecto de factibilidad
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

b) Espacial

"Señala el área geográfica que comprenderá la investigación: región, zona, territorio, etc." (Andino, P., 2012, p.6)

El desarrollo de la investigación para la consecución del proyecto de factibilidad para la creación de una "EOTIPDF" (EOTIPDF = Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito), enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir, se llevará a cabo en la ciudad de Quito, en las instalaciones de la Universidad Politécnica Salesiana, instituciones universitarias, en entidades gubernamentales y/o empresas privadas especializadas del trato de personas con discapacidad física que brinden el apoyo respectivo al proyecto; además de diferentes centros turísticos provinciales que se verán beneficiados al recibir a turistas.

Ubicación geográfica del proyecto

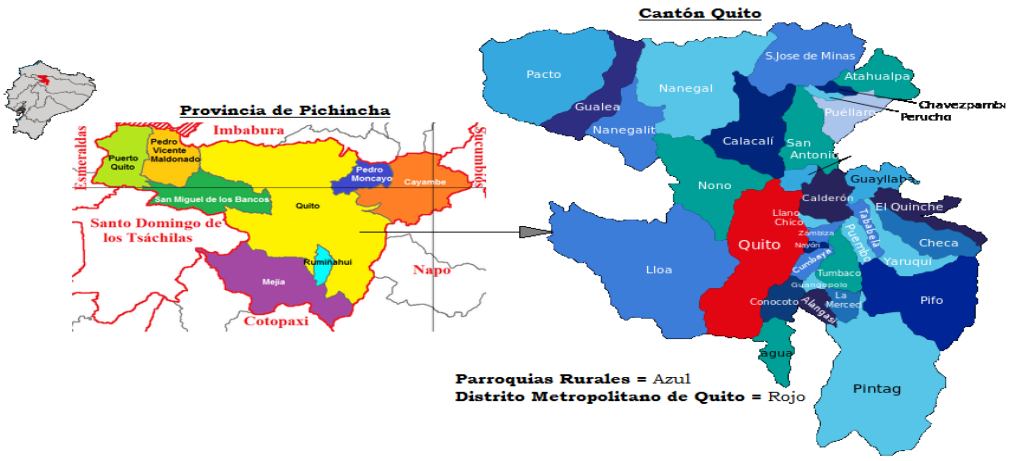


Figura 7. Ubicación Espacial del Proyecto
Fuente: Mapa de Quito – Municipio del Distrito Metropolitano de Quito
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

c) Académica

"Tiene como finalidad concentrar el estudio en subtemas específicos de un área general de investigación." (Andino, P., 2012, p.6)

Esta investigación tiene el carácter netamente social, inclusivo de sectores desprotegidos como son las personas con discapacidades físicas y los habitantes de los destinos turísticos que vamos a promocionar. Además del talento humano especialista en atender a este conglomerado, capacitadores, personal de diferentes entidades encargadas de la protección a este grupo social y mi persona como desarrollador de la exploración.

Incluirá estudios técnicos administrativos vinculados a la Gestión de recursos, talento humano, financieros, operaciones, marketing y comerciales.

1.5. Resumen de la propuesta de intervención

El trabajo de grado propone un proyecto de factibilidad para la creación de una EOTIPDF, debido a que al ser un grupo vulnerable dentro de la sociedad, requieren una nueva actividad que les permita desarrollar una vida normal, cumplir necesidades superiores como son la distracción y el conocimiento del ambiente que les rodea.

Establece lineamientos a seguirse para la elección de destinos turísticos, manejo de grupo de personas con discapacidad física de acuerdo a su nivel de invalidez y competencias básicas del personal que brinde el cuidado y servicio especializado.

El cuerpo de la obra consta de tres capítulos comprendidos entre el 2 al 4, los que comprenden en resumen:

Capítulo 2:

Examina el entorno organizacional, proceso administrativo, base jurídica y niveles de invalidez calificados como idóneos para la satisfacción de la necesidad planteada.

Capítulos 3 y 4:

Analizan la factibilidad integral, es decir, todo lo concerniente a:

a) Planificación
b) Análisis administrativo
c) Estudio de mercado
d) Estudio técnico
e) Análisis financiero
f) Fuentes de financiamiento.
g) Gestión de recursos humano-tecnológicos
h) Promoción y publicidad.

Adicionalmente dentro del capítulo 3, constará información relacionada al sistema de transporte, logística para el traslado de personas con discapacidad física hacia los lugares determinados como destinos incorporados en los paquetes ofertados.

* Es pertinente mencionar que el estudio guardará relación con las diferentes temáticas detalladas en el Plan Nacional del Buen Vivir y se encontrará sustentado en fuentes de información:

- **Primaria:** encuestas, entrevistas, tabulación de datos.
- **Secundaria:** datos bibliográficos, internet, tratados médicos, leyes, normativa jurídica.

1.6. Beneficiarios de la propuesta de intervención

El Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito, enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir, favorece principalmente a los siguientes sectores:

a) Estado: al ser un ente generador de ingresos a través de impuestos.

b) Sociedad: a las personas con discapacidad física de Quito D.M, porque después de varios años podrán conocer diferentes lugares turísticos serranos, costeros, amazónicos, a los que no han podido acceder por su incapacidad, falta de recursos y servicios diseñados exclusivamente para su confort.

c) Universidad Politécnica Salesiana: al contar en sus repositorios con un medio de información amplio sobre el emprendimiento de una empresa operadora de turismo, orientada a brindar servicios de esparcimiento inclusivos de personas discapacitadas físicamente.

d) Estudiantes: como fuente de consulta relacionada al desarrollo de proyectos de factibilidad con visión social.

e) Al autor: como requisito previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial.

1.7. Fundamentación teórica

a) Marco de referencia

"Comprende las temáticas inmersas en la observación, descripción y explicación de la realidad a través de la perspectiva teórica – conceptual." (Navarro, W., 2010, p.26)

El acceso a sitios turísticos para personas discapacitadas en el Ecuador, ha sido limitado por varios años, debido al desinterés por parte de entidades estatales y otros actores sociales, quienes no han visto a este grupo social como sector integrante de importancia en la nación, por lo que se han visto relegados a un segundo plano, teniendo que cohibirse de realizar actividades a las que perfectamente podrían acceder.

En relación al tema, se observan los siguientes conceptos relacionados al turismo accesible o inclusivo:

> Las personas con discapacidades o con necesidades especiales son ciudadanos de pleno derecho en los Estados, un segmento de demanda turística progresivamente relevante para los empresarios del sector y un factor de diversificación de destinos y productos en las estrategias de desarrollo turístico. (Organización Mundial de Turismo, 2014, p.3).

> Accesibilidad física: Factor que exige que se eliminen las barreras físicas, de comunicación y de servicios, para permitir, sin discriminación, que cualquiera pueda utilizar los productos y servicios turísticos corrientes, independientemente de sus diferencias. (Secretaría de Turismo de México, Turismo para todos: Política de turismo social, México, 2006, p.3).

> Accesibilidad es el conjunto de características que debe disponer un entorno, producto o servicio para ser utilizable en condiciones de confort, seguridad e igualdad por todas las personas y en particular, por aquellas que tienen alguna discapacidad. (Federación Provincial de Asociaciones de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de Jaén, 2014)

b) Marco conceptual

"Es el sostén teórico con el cual construimos el punto de partida para abordar el desarrollo de la investigación. Proporciona el fundamento para que la discusión académica tenga relevancia y significado superior." (Andino, P., 2012, p.17)

La investigación se centra en el turismo, personas con discapacidad física, factibilidad y empresa, conceptos que se describen a continuación:

1) Discapacidad física

> Es una condición funcional del cuerpo humano que puede ocasionar dificultad o imposibilidad motriz; es decir para caminar, para correr, para tomar cosas en las manos, para subir gradas, para levantarse, para sentarse, para mantener el equilibrio, para controlar esfínteres, para acceder a lugares que tengan barreras físicas, etc. (Endara, N., 2013, p. 55)

2) Empresa, desde el enfoque del Plan Nacional del Buen Vivir

Determina una acepción diferente a la definición tradicional del capitalismo, manifiesta que las empresas deben concentrar sus esfuerzos en la inclusión económica y social de las personas como ejes fundamentales del progreso y desarrollo de un país, permitiendo una transformación profunda en el modo de producción, en el cual el ser humano esté por encima del capital.

La Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES) describe que una empresa debe accionar de la siguiente forma: "En esta perspectiva, el régimen económico no tiene primacía en sí mismo; por el contrario, se subordina y sirve a la vida de los seres humanos y de la naturaleza." (SENPLADES, 2009, citado por SENPLADES – Consejo Nacional de Planificación, 2013, p. 248)

3) Empresa operadora de turismo inclusivo para personas con discapacidad física

Es una organización mercantil, con personería jurídica, de inclusión social, que propone la venta, negociación, de paquetes y servicios especializados turísticos

inclusivos para personas con discapacidad física, con finalidad beneficiosa y de interés general tanto para este sector como para la ciudadanía en general.

Forma parte del grupo de empresas de servicios, oferta productos intangibles, los que tienen como finalidad la satisfacción de necesidades superiores de distracción, confort y esparcimiento, vitales en el equilibrio físico – mental de una persona, necesarios para un normal desenvolvimiento de actividades cotidianas.

4) Estudio de factibilidad

Según los autores Díaz, F., Medellín, V., Ortega, J., Santana, L., González, M., Oñate, G. y Baca, C. en su libro: *"Proyectos – Formulación y criterios de evaluación (2009)."*, un Estudio de Factibilidad debe constar de los siguientes pasos: Detección de necesidades, definición del problema, búsqueda de información, generación de soluciones, evaluación tecnológica, evaluación económica y evaluación financiera, como ejes principales del éxito en el emprendimiento de un negocio y crecimiento del mismo.

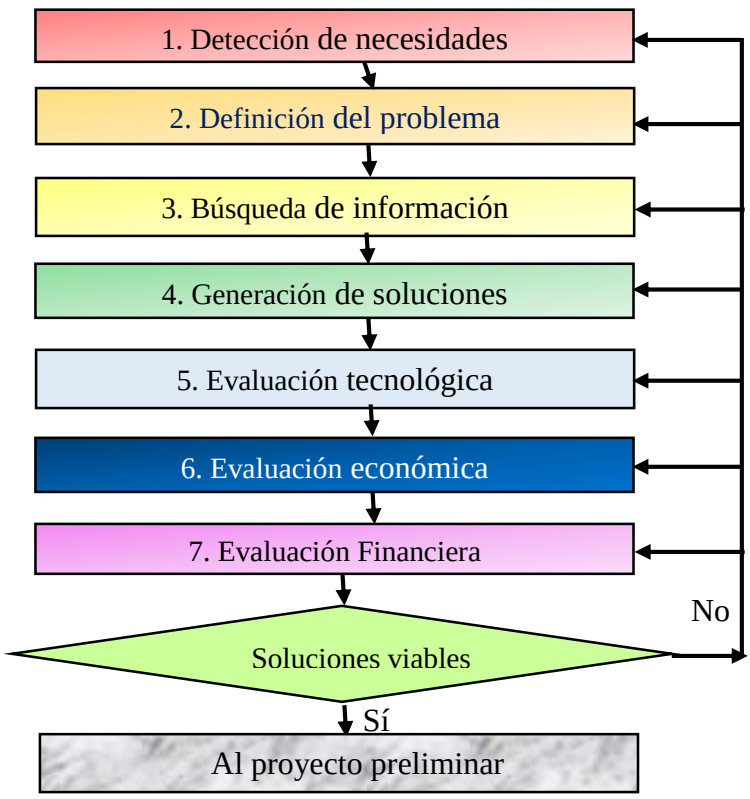


Figura 8. Pasos Estudio de Factibilidad
Fuente: Libro: *"Proyectos – Formulación y criterios de evaluación"*
Diseño y Autoría: **(**Díaz, F., Medellín, V., Ortega, J., Santana, L., González, M., Oñate, G. y Baca, C., 2009, p. 9)
Tomado de: *"Proyectos – Formulación y criterios de evaluación".* Pág. 9

5) Factibilidad

Es aquello que es posible de concretar, es decir, su concepción es real, clara, lógica y consecuente.

6) Operadores de turismo

Son negocios que combinan dos o más servicios de turismo (transporte, comida, alojamiento, entretenimiento), los que se venden a través de agencias de viaje o directamente a consumidores finales como un paquete único (llamado paquete turístico) por un precio global. Los componentes de estos pueden ser pre-establecidos o escogidos por el turista, quien decidirá la combinación que requiere. (OECD, 2001)

7) Paquetes turísticos

> Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las Agencias de Viaje o de líneas áreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones. (Valencia, J., 2003)

"Son un plan de viajes que incluye varios elementos de unas vacaciones, como transportación, alojamiento y visitas turísticas." (McIntosh, R., Goeldner, C. y Brent, R., 2002, p. 572)

8) Persona con deficiencia o condición discapacitante

> Es toda aquella que, presente disminución o supresión temporal de alguna de sus capacidades físicas, sensoriales o intelectuales manifestándose en ausencias, anomalías, defectos, pérdidas o dificultades para percibir, desplazarse, oír y/o ver, comunicarse, o integrarse a las actividades esenciales de la vida diaria limitando el desempeño de sus capacidades; y, en consecuencia el goce y ejercicio pleno de sus derechos.
>
> Ecuador. (2012). *Ley Orgánica de Discapacidades.* Quito. Suplemento Registro Oficial 796 del 25/09/2012.

9) Persona con discapacidad

Es aquella que "como consecuencia de una o más deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales, con independencia de la causa que la hubiera originado, ve restringida permanentemente su capacidad biológica, psicológica y asociativa para ejercer una o más actividades esenciales de la vida diaria."

Ecuador. (2012). *Ley Orgánica de Discapacidades.* Quito. Suplemento Registro Oficial 796 del 25/09/2012.

> Es toda persona a la que las barreras del entorno en que se encuentra y las barreras actitudinales obstaculizan su participación plena y efectiva en la sociedad, en igualdad de condiciones con las demás, en los viajes,

alojamientos y otros servicios turísticos. Las personas con discapacidad incluyen a aquellas que tengan deficiencias físicas, mentales, intelectuales o sensoriales a largo plazo, se incluyen en este grupo las personas con discapacidad temporal, de edad avanzada, niños pequeños o personas de talla o estatura grande o pequeña. (Organización Mundial de Turismo, 2014, p.4).

10) Proyecto

Conjunto de actividades que se desarrollan en forma coherente con el propósito de obtener un resultado final como respuesta a una necesidad u oportunidad de negocio, en un tiempo determinado y mediante la utilización de recursos. (Díaz, F., Medellín, V., Ortega, J., Santana, L., González, M., Oñate, G. y Baca, C., 2009, p. 5)

"Mecanismo técnico – administrativo que permite minimizar los riesgos inherentes a la decisión de invertir." (Anónimo., n.f., citado por Díaz, F., Medellín, V., Ortega, J., Santana, L., González, M., Oñate, G. y Baca, C., 2009).

11) Turismo

Es la suma de los fenómenos y relaciones que surgen de la interacción de turistas, proveedores de negocios, gobiernos y comunidades anfitriones en el proceso de atraer y alojar a estos turistas y otros visitantes. (McIntosh, R., Goeldner, C. y Brent, R., 2002, p. 26)

12) Turismo inclusivo para personas con discapacidad física

Es una forma de turismo que implica un proceso de colaboración entre los interesados para permitir a las personas con necesidades especiales de acceso (en distintas dimensiones, entre ellas las de movilidad, visión, audición y cognición) funcionar independientemente, con igualdad y dignidad, gracias a una oferta de productos, servicios y entornos de turismo

diseñados de manera universal. (Organización Mundial de Turismo, 2014, p.4)

13) Turista

"Es una persona que viaja de un lugar a otro por razones ajenas a su trabajo." (McIntosh, R., Goeldner, C. y Brent, R., 2002, p. 26)

Es la persona que realiza "actividades durante su viaje o estancia en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios y otros motivos." (Organización Mundial de Turismo, 1995, p. 1)

1.8. Hipótesis

"Es una respuesta preliminar cuya finalidad es explicar los hechos o fenómenos del problema de investigación." (Andino, P., 2012, p.18)

Al tratarse de una investigación de carácter exploratorio – descriptivo, la propuesta de hipótesis no se aplica en el desarrollo del presente proyecto de factibilidad.
En este caso al no aplicar una hipótesis general, la formulación del problema y los objetivos tanto general como específico, serán los elementos que guíen el desarrollo del trabajo de grado.

1.9. Operacionalización del problema

Identifica y caracteriza las variables insertas en el desarrollo del problema. "Una variable es una cualidad, rasgo o atributo que puede variar en matices a lo largo de un continuo y esta variación ser susceptible de medirse." (Andino, P., 2012, p.19)

El tema de tesis planteado previo a la obtención del Título de Ingeniero Comercial, maneja las siguientes variables:

Tabla 3. Identificación de variables

Tema: Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito, enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir.	
V. Dependiente	**V. Independiente**
- Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito.	- Operación turística inclusiva enfocada en el Plan Nacional del Buen Vivir.
* **Conceptualización:** Abarca el número de personas con discapacidad física residentes habituales o frecuentes dentro de la Ciudad de Quito.	*** Conceptualización:** Comprende el resultado de la ejecución de paquetes turísticos diseñados para el confort del segmento de mercado antes descrito.
***Operacionalización:** Es susceptible de medirse a través de fuentes de información primaria y secundaria.	*** Operacionalización:** Provoca cambios en la variable dependiente, debido a que atiende la necesidad creada de distracción a personas con discapacidades físicas, siendo susceptible a sufrir altas y bajas por gustos y preferencias particulares.
***Dimensión:** Comprende al total de personas con discapacidad física de Quito, en el año 2014.	***Dimensión:** Comprende sitios turísticos con accesibilidad a personas discapacitadas, que se consideren idóneos para ser visitados dentro del estudio.

Tema: Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito, enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir.	
V. Dependiente	**V. Independiente**
- Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito.	- Operación turística inclusiva enfocada en el Plan Nacional del Buen Vivir.
***Indicadores:** - Población y Muestra. - Mercado Objetivo.	*** Indicadores:** - Número de sitios turísticos aptos para la visita de personas con discapacidad física. - Costos derivados de la excursión a estos lugares. - Detalle de facilidades para la accesibilidad y traslado a sitios turísticos calificados como adecuados para personas con discapacidades.
*** Relación Causa – Efecto (C – E):** **C:** Herencia genética. Enfermedades catastróficas. Accidentes: en el trabajo, hogar, de tránsito. **E:** Desarrollo de patologías que impiden una reacción normal en miembros motrices.	*** Relación Causa – Efecto (C – E):** **C:** Inexistencia de empresas oferentes de servicios turísticos inclusivos para personas discapacitadas dentro del mercado. **E:** Necesidad de creación de una compañía operadora de turismo inclusivo de personas con discapacidades.

Tema: Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito, enfocado en el Plan Nacional del Buen Vivir.	
V. Dependiente	**V. Independiente**
- Personas con discapacidad física del Distrito Metropolitano de Quito.	- Operación turística inclusiva enfocada en el Plan Nacional del Buen Vivir.
*** Instrumentos de recolección de datos:** - Estadísticas: Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS), Vicepresidencia de la República, Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física. - Prueba piloto. - Encuestas.	*** Instrumentos de recolección de datos:** - Estadísticas: Federación Nacional de Ecuatorianos con discapacidad Física, Cámara de Comercio de Quito, Superintendencia de Compañías, Servicio de Rentas Internas. - Encuestas. - Estudio de mercado.

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

1.10. Diseño metodológico

a) Tipo de investigación

Tiene carácter social, inclusivo de personas con discapacidad física a través de desarrollar el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa operadora de turismo.

La línea de investigación concentrará aspectos cuantitativos, cualitativos, descriptivos y estudio de campo; desarrollará conocimiento propio a través de encuestas, pruebas piloto, análisis de mercado, nichos de mercado virgen, potenciales clientes, segmentos no atendidos; aplicará razonamiento lógico, entrelazando relaciones causa – efecto, que respondan al problema de investigación brindando soluciones factibles y viables.

b) Métodos de investigación

1) Método de observación

Se utilizará en el Capítulo 3, contempla estudio de campo a través de la aplicación de prueba piloto, encuestas descriptivas de respuesta abierta y cerrada, que permitan contrastar la opinión de personas con discapacidad física sobre la aceptación de servicios que oferte la empresa operadora.

2) Método deductivo

Se aplicará dentro del Capítulo 3, permite resolver aspectos de conocimiento de lo general a lo particular, en este caso diferenciaciones acorde a gustos propios de los clientes.

3) Método inductivo

Su uso formará parte de los Capítulos 2, 3 y 4, este entrelaza diferentes ponencias particulares, llevándolas a generar un conocimiento general, permitiendo establecer manifestaciones verdaderas acorde a la problemática.

4) **Método de análisis**

Formará parte del desarrollo de los Capítulos 2, 3 y 4, permite establecer un dictamen a partir de resultados obtenidos en aplicación de los tres métodos anteriores.

5) **Método de síntesis**

Estará presente dentro de los Capítulos 3 y 4, consentirá el clasificar, resumir, tabular diferentes resultados obtenidos en el desarrollo de la investigación.

Permite condensar aspectos importantes que permitan a usuarios, lectores de la tesis brindar una idea general, clara, concisa de las ventajas y desventajas en la creación una compañía operadora de turismo con las características antes descritas.

Recapitula cuáles deberían ser las acciones a emprender para evitar posibles fallos en su funcionamiento.

c) Técnicas y procedimientos para la recolección de datos

"Son las formas concretas que adopten unos u otros elementos de los ordenamientos, los cuales tendrán la función esencial de contribuir a captar o recoger la información." (Navarro, W., 2010, p.26)

Tratándose de un proyecto de factibilidad para la creación de una empresa de servicios, es necesario usar los siguientes niveles de recolección:

1) **Empírico – Experimental:**

Es la recopilación de la observación que refleja cómo se produce el fenómeno u objeto de estudio en la práctica.

Este método en la consecución del trabajo de grado, usará:

a) Prueba piloto (Capítulo 3): para el levantamiento general de datos preliminares que sirvan como base de conocimiento general.

b) Encuestas y entrevistas (Capítulo 3): para la consecución de datos más profundos, además, como fuente de conocimiento de gustos y preferencias particulares.

2) Nivel teórico:

Aplicará el uso del análisis, síntesis, tránsito de lo abstracto a lo concreto, apegándose al objetivo general y específicos.

d) Técnicas de procesamiento, presentación y análisis de datos

Para el procesamiento de datos, se manejará el siguiente proceso:

- Revisión, codificación de guías de investigación y encuestas.
- Traslado de la información física a paquetes informáticos estadísticos de análisis de datos.
- Análisis estadístico: regresión, correlación, proyecciones, niveles de significación.
- Establecimiento de conclusiones en la investigación por medio del análisis de resultados.
- Resumen de resultados obtenidos y aplicación dentro del desarrollo del proyecto.

CAPÍTULO 2
ANÁLISIS ORGANIZACIONAL

2.1. Análisis PEST

Comprende factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos de influencia externa, positiva o negativa, sea empresa pública o privada, grande, media o pequeña.

Esta herramienta fue inventada en 1967 por el Profesor Emérito Francis J. Aguilar de la Escuela de Negocios de Harvard, dentro de la publicación "*Scanning the Business Environment [Exploración del Ambiente de Negocios]"* para examinar el macro ambiente que rodea a un negocio o proyecto comercial.

Arnold Brown del Instituto de Seguros de Vida de los Estados Unidos, fue el primero en usarlo, reorganizándolo bajo la denominación de "STEP – Strategic Trend Evaluation Process" *(Proceso de Evaluación de Tendencias y Estrategias)*, obteniendo resultados satisfactorios en la determinación del ambiente empresarial que rodeaba al Instituto de Seguros de Vida de EE.UU. (Sidharth Thakur, 2010).

2.1.1. Matriz de evaluación de factores externos

Brinda al proyecto una perspectiva clara de todos los elementos externos que afectan en bien o mal su ejecución. Es un sub-estudio del análisis PEST.

Dentro del caso de estudio, se identifican los siguientes factores externos políticos, económicos, sociales y tecnológicos, los cuales a su vez representan oportunidades y amenazas para la consecución del mismo:

Tabla 4. Factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos de influencia en la Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito

Factores externos clave				
N°	**Político / legal**	**Económicos**	**Sociales / ecológicos**	**Tecnológicos**
1	Es política gubernamental la inclusión social de sectores desprotegidos.	Crecimiento del turismo interno en un 4,9%.	Nominación de la ciudad de Quito como el mejor destino turístico de Sudamérica en el 2013.	Crecimiento del acceso a la información en forma detallada, rápida y oportuna a través del Internet y Telefonía Móvil.
2	El Plan Nacional del Buen Vivir (PNBV) tiene como segundo objetivo auspiciar la igualdad, cohesión, inclusión, equidad social y territorial, en la diversidad.	Aproximadamente el 25% de las personas con discapacidad física, habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, se encuentran insertas en el mercado laboral.	Nominación de la ciudad de Quito dentro de las 21 ciudades finalistas Maravillas del Mundo.	Evolución e invención de nuevos aparatos e instrumentos de apoyo para el traslado y bienestar de las personas con discapacidades físicas.
3	Nuevas medidas laborales que afectan la estabilidad de los trabajadores con el cierre de empresas públicas y privadas.	Descenso en un 3,4% del costo de servicios dedicados a la recreación y esparcimiento.	En los últimos años la reputación turística en el Ecuador se ha visto favorecida por el impulso gubernamental a través de exitosas campañas publicitarias en medios de difusión nacional e internacional y su transmisión en redes sociales.	Desarrollo científico de nuevos medicamentos para el tratamiento de dolencias y enfermedades degenerativas.

Factores externos clave				
N°	**Político / legal**	**Económicos**	**Sociales / ecológicos**	**Tecnológicos**
4	Es política de Estado el apoyo a la creación de empresas con finalidad social.	Las pensiones jubilares del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social no han sufrido aumento desde 2013.	Ha existido una mayor corriente desde los sectores públicos y privados por el turismo ecológico.	Desarrollo de prótesis con microprocesadores, que están interconectados con el Cerebro y Sistema Nervioso.
5	Eliminación de los Fondos Previsionales que venían funcionando en varias Instituciones Públicas.	Reducción de porcentajes de utilidades a los trabajadores en ciertos sectores de la empresa privada.	Las personas con discapacidad y usuarios en general, requieren para su alimentación dietas específicas, por lo cual es casi imposible tener un mismo menú para todos.	Existencia de aplicaciones para Smartphone que controlan presión arterial, ritmo cardiaco, temperatura y masa corporal.
6	El PNBV implementa un sistema integral de víctimas de violencia, maltrato, abuso y otras formas de vulneración de derechos, pone énfasis en niños, niñas, adolescentes, mujeres, personas LGBTI, adultos mayores y personas con discapacidad.	Las empresas competidoras que ofrecen servicios similares, tienen apoyo financiero de organismos internaciones.	No existe suficiente información sobre la calidad del ambiente en los sitios turísticos.	Desarrollo de sensores y botones de seguridad remotos para la prevención de enfermedades contagiosas.

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 5. Matriz de evaluación de factores externos inherentes del Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito

Matriz de evaluación de factores externos				
Oportunidades		**Ponderación**	**Clasificación**	**Puntuaciones Ponderadas**
1	Es política gubernamental la inclusión social de sectores desprotegidos.	0,05	3	0,15
2	Crecimiento del turismo interno en un 4,9%	0,08	4	0,32
3	Nominación de la Ciudad de Quito como el mejor destino turístico de Sudamérica en el 2013.	0,01	2	0,02
4	Crecimiento del acceso a la información en forma detallada, rápida y oportuna a través del Internet y Telefonía Móvil.	0,07	4	0,28
5	El Plan Nacional del Buen Vivir tiene como segundo objetivo auspiciar la igualdad, cohesión, inclusión, equidad social y territorial, en la diversidad.	0,04	3	0,12
6	Aproximadamente el 25% de las personas con discapacidad física, habitantes del Distrito Metropolitano de Quito, se encuentran insertas en el mercado laboral.	0,07	3	0,21
7	Nominación de la Ciudad de Quito dentro de las 21 ciudades finalistas Maravillas del Mundo.	0,01	2	0,02
8	Evolución e invención de nuevos aparatos e instrumentos de apoyo para el traslado y bienestar de las personas con discapacidades físicas.	0,06	3	0,18
9	El Plan Nacional del Buen Vivir dentro de sus lineamientos, manifiesta el generar e implementar un sistema integral de referencia de víctimas de violencia, maltrato, abuso y otras formas de vulneración de derechos, con pertinencia cultural y énfasis en niños, niñas y adolescentes, mujeres, personas LGBTI, adultos mayores y personas con discapacidad.	0,03	2	0,06

Matriz de evaluación de factores externos				
Oportunidades		**Ponderación**	**Clasificación**	**Puntuaciones Ponderadas**
10	Descenso en un 3,4% el costo de servicios dedicados a la recreación y esparcimiento.	0,04	1	0,04
11	En los últimos años la reputación turística en el Ecuador se ha visto favorecida por el impulso gubernamental a través de exitosas campañas publicitarias en medios de difusión nacional e internacional y su transmisión en redes sociales.	0,03	2	0,06
12	Desarrollo científico de nuevos medicamentos para el tratamiento de dolencias y enfermedades degenerativas.	0,05	3	0,15
13	Es política de Estado el apoyo a la creación de empresas con finalidad social.	0,03	2	0,06
14	Ha existido una mayor corriente desde los sectores públicos y privados por el turismo ecológico.	0,03	2	0,06
15	Desarrollo de prótesis con microprocesadores, que están interconectados con el cerebro y sistema nervioso.	0,05	3	0,15
16	Existencia de aplicaciones para Smartphone que controlan presión arterial, ritmo cardiaco, temperatura y masa corporal.	0,03	4	0,12
17	Desarrollo de sensores y botones de seguridad remotos para la prevención de enfermedades contagiosas.	0,03	1	0,03
Amenazas		**Ponderación**	**Clasificación**	**Puntuaciones Ponderadas**
18	Eliminación de los Fondos Previsionales que venían funcionando en varias instituciones públicas.	0,06	2	0,12

Matriz de Evaluación de Factores Externos				
Amenazas		**Ponderación**	**Clasificación**	**Puntuaciones Ponderadas**
19	Las pensiones jubilares del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social no han sufrido aumento desde 2013.	0,06	3	0,18
20	Las personas con discapacidad y usuarios en general, requieren para su alimentación dietas específicas, por lo cual es casi imposible tener un mismo menú para todos.	0,05	4	0,20
21	Nuevas medidas laborales que afectan la estabilidad de los trabajadores con el cierre de empresas públicas y privadas.	0,02	1	0,02
22	Reducción de porcentajes de utilidades a los trabajadores en ciertos sectores de la empresa privada.	0,02	2	0,04
23	Las empresas competidoras que ofrecen servicios similares, tienen apoyo financiero de organismos internaciones.	0,04	1	0,04
24	No existe suficiente información sobre la calidad del ambiente en los sitios turísticos.	0,04	3	0,12
TOTAL		**1,00**		**2,75**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Notación:

a) El valor de ponderación en la Matriz de Evaluación de Factores Externos para el caso de estudio oscila entre 0,00 (Aspecto No Importante) y 1,00 (Aspecto de Gran Importancia), debiendo ser la suma de todas las ponderaciones igual a 1,00.

b) Los valores de clasificación de factores externos se encuentran en escala del 1 al 4, donde:

4 = Factor externo que el proyecto de inicio responderá en forma **superior** respecto al desenvolvimiento promedio del entorno.

3 = Factor externo que el proyecto de inicio responderá en forma **satisfactoria** respecto al desenvolvimiento promedio del entorno.

2 = Factor externo que el proyecto de inicio responderá en forma **símil** respecto al desenvolvimiento promedio del entorno.

1= Factor externo que el proyecto de inicio responderá en forma **deficiente** respecto al desenvolvimiento promedio del entorno.

c) La puntuación total ponderada representa la forma en la que el proyecto de inicio responde a los factores externos positivos y negativos de afectación directa para su desarrollo, por lo que se clasifican dentro de los siguientes niveles:

4,00 – 3,00 = El proyecto responde extraordinariamente a las oportunidades y amenazas del ambiente donde se desarrolla.

2,99 – 2,00 = El proyecto responde satisfactoriamente a las oportunidades y amenazas del entorno.

1,99 – 1,00 = El proyecto no aprovecha las oportunidades, ni evita las amenazas del medio.

0,99 – 0,00 = El proyecto se encuentra mal encaminado, debido a que responde deficiente o nulamente a las oportunidades y amenazas locales donde se desenvuelve.

Análisis:

La factibilidad externa de crear una EOTIPDF, obtuvo una calificación ponderada de 2,75 en la Matriz de Evaluación de Factores Externos. Esta cifra muestra que en principio el proyecto respondería satisfactoriamente a las oportunidades y amenazas del entorno.

Técnicamente la compañía de inicio, operaría en promedio a las expectativas del mercado, pudiendo ser su accionar superior a medida que adquiera mayor posicionamiento y prestigio al aprovechar las oportunidades de negocio que se presenten y sepa manejar acertadamente las amenazas inherentes al giro del negocio.

Los resultados de la Matriz EFE demuestran que el proyecto tiene más oportunidades que amenazas, además en varios factores evidencia que en principio respondería de forma satisfactoria respecto al desenvolvimiento normal del mercado.

Esta matriz también arroja otros resultados de importancia a ser tomados en cuenta al momento de iniciar las operaciones mercantiles y como medio de mejora continua:

Oportunidades:

1. El crecimiento del turismo y acceso a la información son oportunidades en las cuales el proyecto tiene mayor fortaleza, porque ofrecer servicios de distracción y esparcimiento es un negocio en auge dentro del mercado nacional por el apoyo gubernamental hacia el sector y el crecimiento de la economía ecuatoriana en los últimos años (ver: Figura 9), permitiendo destinar mayores recursos al entretenimiento y diversión, que lo sucedido en épocas de crisis.

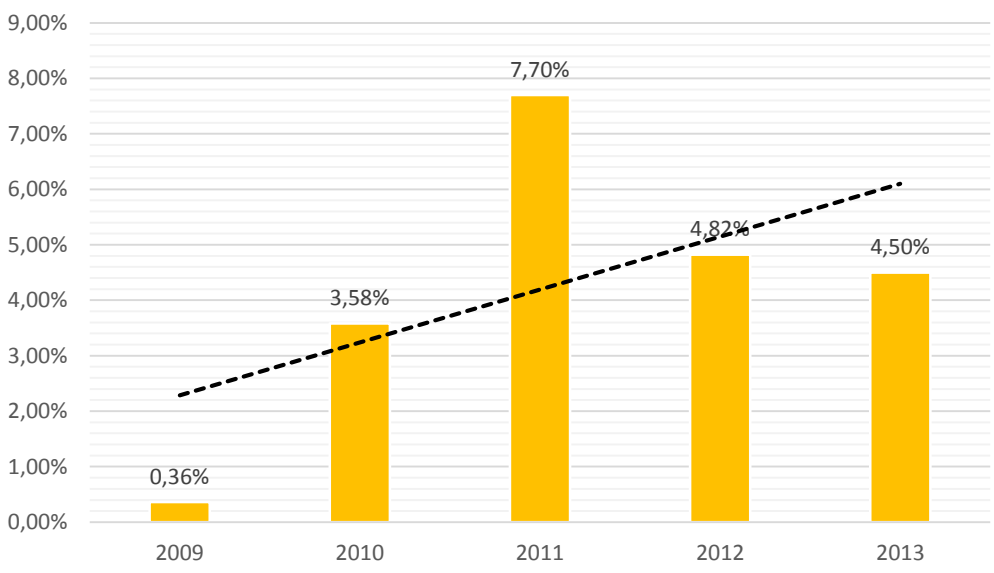


Figura 9. Crecimiento de la Economía del Ecuador medida por el Producto Interno Bruto (2009 – 2013)
Fuente: Banco Central del Ecuador, 2014, p.6.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

2. Elementos de impacto externo positivo como la política gubernamental de inclusión social de sectores desprotegidos, los postulados del Plan Nacional del Buen Vivir respecto a la igualdad, no violencia y equidad social hacia las personas discapacitadas y otros grupos vulnerables, son factores en los cuales la organización espera responder satisfactoriamente las expectativas, por lo cual obtiene una la calificación de 3 sobre 4 en la Matriz EFE, es decir un 75% de eficiencia al aprovechar las posibilidades de crecimiento y expansión que presenta el mercado.

3. La tecnología actual ofrece nuevo instrumental de apoyo motriz, medicamentos de última generación que aplacan más el dolor y producen menor afectación al cuerpo o efectos secundarios. En este sentido el proyecto responderá satisfactoriamente desde inicio, ya que al ser su segmento de mercado principal las personas con discapacidad física, es inherente y primordial el buscar e implementar modernos equipos, tratamientos y medicamentos que permitan cumplir con las expectativas de satisfacción de los clientes al momento del traslado y esparcimiento en los tours que se promocionen.

4. Oportunidades a las que la empresa operadora de turismo responderá de inicio en forma igualitaria al accionar de organizaciones del ramo comercial, es la nominación de Quito como mejor destino turístico de Sudamérica 2013, ciudad entre las 21 finalistas Maravilla del Mundo, apoyo del Estado para la creación de empresas con finalidad social, corrientes de turismo ecológico y campañas turísticas gubernamentales como “All you need is Ecuador”, “Ecuador Ama la Vida”. Estrictamente estas posibilidades representan para el proyecto, elementos que permitirán dentro de mediano y largo plazo, potenciar paquetes turísticos dirigidos a un segmento de mercado nacional e internacional, ampliando el actual enfoque dirigido a los habitantes del Distrito Metropolitano de Quito.

5. El descenso en un 3,4% el costo de servicios dedicados a la recreación y esparcimiento es una oportunidad de bajo aprovechamiento en el inicio de las actividades mercantiles, debido a que al no estar posicionados en el mercado o tener un amplio conocimiento del mismo, no permite determinar con claridad cuáles son las políticas comerciales que se deben aplicar para obtener máximos réditos.

Amenazas:

1. Se tiene la necesidad de dieta individualizada en los clientes a los que se dirige la compañía, debido a su situación de salud particular; esto en principio generaría dificultad al momento de negociar con los proveedores de alimentación, pero así mismo es un factor que el proyecto tiene una respuesta superior a lo ofrecido en el mercado, porque las empresas operadoras de turismo existentes no manejan estándares de alimentación personalizada.

2. El congelamiento de las pensiones jubilares del IESS, es una de las amenazas que enfrenta la empresa, en la que se espera responder airosamente promocionando paquetes turísticos acordes a la realidad económica de un ciudadano común, de ingresos promedio entre el salario básico y el costo de la canasta básica familiar, es decir la media de USD $340,00 (Salario Básico Unificado 2014 Ecuador – Fuente: Art. 1. Suplemento del Registro Oficial No. 167. 22 de enero del 2014) y $638,06 (Costo Canasta Básica Familiar agosto 2014 – Fuente: INEC), que se permita un pequeño lujo de vez en cuando. Estadísticamente el proyecto manejará la cifra de USD $489,03 como la media aritmética de ingresos mensuales de los ecuatorianos.

3. La eliminación de Fondos Previsionales que venían funcionando en el Sector Público; así como, la reducción de porcentajes de utilidades a los trabajadores de empresas privadas, son aspectos en los que inicialmente no se sabe a ciencia cierta cuál es su real impacto en el giro del negocio; por lo que su financiamiento tendrá concordancia con la realidad económica del segmento de

mercado principal al que se dirige la operadora de turismo; es decir, las personas con discapacidad física, adultos mayores, jubilados y familiares de los mismos.

4. Entre los factores externos negativos con funcionamiento deficiente, respecto a la competencia, se presentan las nuevas medidas laborales que afectan la capacidad de pago de los empresarios a sus trabajadores, teniendo por ejemplo, la de equiparar sueldos del sector público y privado; en este sentido la empresa respondería por debajo de la competencia, en razón de ser un proyecto con misión social que busca primordialmente mejorar la calidad de vida de personas con problemas o discapacidades físicas por encima del lucro, por lo cual no podría tener un elevado gasto en remuneraciones, creando inconvenientes al momento de contratar y mantener el personal. Dentro de este aspecto se pone en manifiesto que la escala de sueldos de las entidades estatales, es superior a la capacidad de pago de la empresa. (Ver: Tabla 6)

Tabla 6. Comparación escala remunerativa mínima Sector Público vs Sector Privado

Nivel de sueldos Sector Público vs Sector Privado.				
Cargo	**Denominación**		**Sueldo**	
	Sector Público	**Sector Privado**	**Sec. Público**	**Sec. Privado**
Enfermera	Servidor Público de Apoyo 1	Auxiliar de enfermería que no labora en instituciones de salud	585,00	347,45
Médico	Servidor Público 7	Médico que no labora en instituciones de salud	1676,00	351,05
Gerente	Servidor Público 14	Gerente General	3542,00	358,26
Guía Turístico	Servidor Público de Apoyo 3	Relacionador Público	675,00	351,05

Nota:

- Salarios Mínimos Sectoriales 2014 - Ministerio de Relaciones Laborales.
- Resolución Ministerio Relaciones Laborales MRL-2012-0021 (Escala Remuneraciones Mensuales Sector Público – Vigente desde el 2012).

Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

5. Las empresas operadoras de turismo competidoras, que ofertan servicios de relax para personas discapacitadas, tienen apoyo financiero de organismos

internacionales, ya a que en su mayoría el segmento de mercado al que se dirigen son jubilados, pensionistas europeos y norteamericanos.

En este sentido, la organización que propone el proyecto no se encuentra en capacidad de gestionar recursos provenientes de entidades extranjeras en inicio, porque la meta a corto plazo es fidelizar una cartera de clientes que generen ingresos necesarios en el primer año que permitan solventar costos y gastos efectuados al inicio de las actividades mercantiles.

2.2. Modelo de las cinco fuerzas de Porter

Es una herramienta de análisis competitivo creado en 1979 por el Profesor Michael Porter de la Escuela de Negocios de Harvard (Porter, M., 2009, p.10); consiste en establecer estrategias que permitan hacer frente a la competencia y obtener réditos en mercados con alto nivel de empresas oferentes de productos similares.

Este instrumento permite establecer estrategias para un asentamiento fuerte y seguro en los clientes a los que se dirige, minimizando riesgos de desplazamiento de los mismos a organizaciones oferentes de servicios similares o sustitutos. De igual forma permite esclarecer cuál es la ventaja competitiva de la empresa dentro del sector de servicios turísticos en el Ecuador.

El análisis Porter establece cinco fuerzas de competencia, importantes en el momento de establecer estrategias de crecimiento, competitividad y posicionamiento entre los consumidores. Aplicándolas en el estudio, brindan el siguiente panorama:

1. Rivalidad entre empresas competidoras:

Se identifican cinco empresas de turismo que ofertan tours para personas con discapacidad, siendo mayormente sus clientes, extranjeros, como jubilados norteamericanos y europeos, de altos ingresos quienes desean conocer el país, más no ecuatorianos con discapacidad física de medianos ingresos.

Dentro del mercado, se observa que la rivalidad entre estas compañías de turismo no es fuerte porque la captación de usuarios la realizan ofertando los tours a través de cadenas hoteleras extranjeras en países como EE.UU., Canadá, España, Alemania, entre otros.

De acuerdo a la página web institucional de la Federación Ecuatoriana de Personas con Discapacidad Física, las cinco operadoras turísticas registradas en el país que ofertan tours para personas con discapacidad son las siguientes: (Ver: Tabla 7)

Tabla 7. Empresas de turismo nacionales que ofertan tours accesibles para personas con discapacidad

Empresa	Ciudades donde tiene agencias	Mercado al que se dirige
ECUADOR FOR ALL	Quito	Personas con discapacidades extranjeras.
TERRACENTER	Quito	Turistas en general y personas con discapacidades nacionales y extranjeras. (Se operan tours para personas con discapacidad previo acuerdo y disponibilidad logística en los destinos, de forma grupal no individual).
VISIT IMBABURA TOUR OPERATOR	Ibarra	Turistas nacionales y extranjeros. (Sus únicos destinos son las provincias de Imbabura y Galápagos, opera tours condicionados para personas con discapacidad, realizándolos solo de forma grupal).

Tabla 7. Empresas de turismo nacionales que ofertan tours accesibles para personas con discapacidad

Empresa	Ciudades donde tiene agencias	Mercado al que se dirige
OPERMUNDO	Quito, Guayaquil, Cuenca, Ibarra, Latacunga, Riobamba, Tulcán, , Ambato y Manta	Turistas nacionales y extranjeros. (Los tours para personas con discapacidad son limitados, los mismos que se operan solo en forma grupal, si previamente los solicitantes mantienen características homogéneas; no existiendo oferta de tours individuales).
ECUAEXPLORER TRAVEL AGENCY CÍA. LTDA.	Ambato	Turistas nacionales y extranjeros. (Existe oferta de paquetes para personas discapacitadas de forma individual, previa evaluación del grado de invalidez).

Nota. Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física – Guía de Turismo Accesible para Personas con Discapacidad.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

Del análisis realizado, las organizaciones turísticas descritas anteriormente no prestan servicios semejantes al proyecto de empresa operadora de turismo propuesto; en razón de que, esta tiene como finalidad agrupar individualmente a toda persona que requiera de los servicios ofertados sin discriminación por su condición, a diferencia de las demás en las que su segmento de mercado principal no son las personas con discapacidades.

Ventaja competitiva:

Radica en el servicio de calidad personalizado que se brindará a cada uno de los clientes, en especial a las personas con discapacidad física, quienes actualmente no pueden acceder a tours de forma individual por la carente existencia de infraestructura, prestaciones y desinterés en el mercado nacional por incorporar a seres humanos con discapacidades dentro del turismo.

2. Entrada potencial de nuevos competidores

La formación de esta empresa demuestra que al momento no hay potenciales competidores en el territorio nacional, por lo que se augura éxitos en la ejecución de actividades mercantiles.

De las estadísticas investigadas, se determina que en el país en promedio, se forman empresas de este tipo cada tres años como se observa en el siguiente gráfico. (Ver: Tabla 8 y Figura 10).

Tabla 8. Año de creación de las Empresas competidoras vs. Empresa propuesta resultante del proyecto de factibilidad

Empresa	Año de Creación	Distancia entre años de creación
TERRACENTER CÍA. LTDA.	1994	0
ECUAEXPLORER TRAVEL AGENCY CÍA. LTDA.	2005	11
ECUADOR FOR ALL - TUSODI CÍA. LTDA.	2006	1
OPERMUNDO CÍA. TLDA.	2009	3
VISIT IMBABURA TOUR OPERADOR CÍA. LTDA.	2010	1
EMPRESA RESULTANTE DEL PROYECTO DE FACTIBILIDAD	2014	4
Promedio distancia de creación		**3,3**

Nota. Servicio de Rentas Internas – Información del Contribuyente.
Elaborado: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

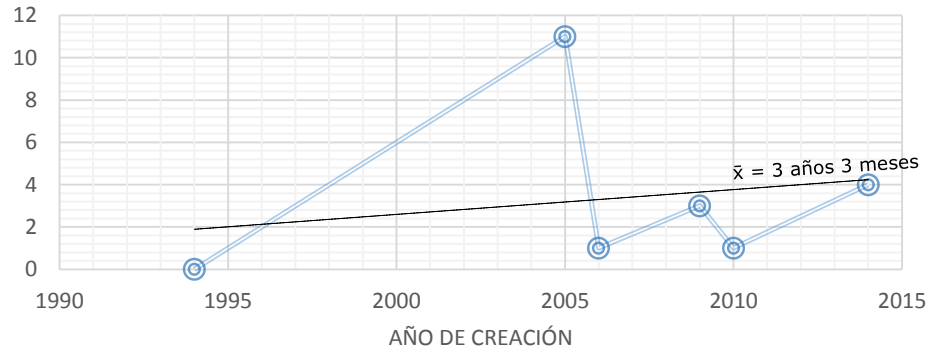


Figura 10. Promedio de Creación de Empresas de Turismo con servicios de esparcimiento para personas con discapacidades.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

De acuerdo al gráfico y estadísticas anteriores, empresas con servicios de esparcimiento relativamente parecidos a los que propone el proyecto de empresa de turismo inclusivo para personas con discapacidad física, son creadas a promedio de una cada 3 años, deduciéndose que la amenaza de entrada de nuevos competidores es bajísima respecto a otro tipo de industrias de servicios de alta competencia como spas de belleza, comida rápida, etc.

Al no existir entrada masiva de empresas competidoras en el mercado, se brindan ventajas competitivas en el giro comercial, por ejemplo:

a) Se cuenta con mayor tiempo para fidelizar clientes que generen un fuerte posicionamiento dentro del mercado nacional.
b) Mayor tiempo para conocer a fondo gustos y preferencias de las personas con discapacidad física al momento de distraerse.
c) Con grandes campañas publicitarias que den a conocer del servicio exclusivo de turismo para personas con discapacidad física a precios accesibles, brinda la posibilidad de tener casi un mercado exclusivo requirente asiduo de los productos turísticos que se oferten.
d) Con pocos competidores, las estrategias que se planteen en mayor medida más que competir con los rivales, se encaminan en la mejora continua de los servicios y el crecimiento de la empresa; es decir, prácticamente se ingresa a un mercado virgen, en el que las tácticas a usarse son las de convencer la necesidad de distracción que requieren personas con discapacidad, tercera edad, familiares de las mismas, para que adquieran los tours que venda la empresa.

3. Desarrollo potencial de productos sustitutos

Al ser un segmento de servicios, la amenaza de productos sustitutos se encamina en mayor medida a la aparición de paquetes turísticos con diversos destinos y costos menores, por lo que las estrategias a ser tomadas para obtener réditos de esta situación, radican en que permanentemente se debe analizar nuevos lugares, ofrecer servicios únicos privilegiando gustos individuales por encima del tratamiento general, ya que

genera una cartera de clientes fidelizada, amante de los productos que oferte la empresa.

Resumiendo, al innovar dentro del segmento turístico, con paquetes de relax, conocimiento y distracción diseñados exclusivamente para el bienestar y confort de personas con discapacidad física, permite a la entidad ser quien imponga gustos y preferencias dentro del mercado, relacionados a los mismos, minimizando riesgos de pérdidas de clientes por la entrada de servicios sustitutos y disminuciones de ventas.

Indicadores:

a) Índice de consumidores.- Es el cociente porcentual obtenido al dividir la totalidad de usuarios de los servicios turísticos de la empresa vs. el total de clientes que obtuvo la competencia, dentro del espacio de tiempo mensual o anual objeto de análisis.

$$\%\ Índice\ de\ Consumidores = \left(\frac{Total\ clientes\ empresa\ "mensual\ o\ anual"}{Total\ clientes\ competencia\ "mensual\ o\ anual"}\right) - 1 * 100$$

Donde:

- Si el resultado porcentual es negativo (menor a cero "< 0"), quiere decir que la empresa tiene menos clientes que la competencia en el periodo de análisis (mensual o anual).
- Si el resultado porcentual es positivo (mayor a cero "> 0"), quiere decir que la empresa tiene más clientes que la competencia en el periodo de análisis (mensual o anual).
- Si el resultado porcentual es cero ("= 0"), quiere decir que la empresa tiene el mismo número de clientes que la competencia en el periodo de análisis (mensual o anual).

b) Índice de operación de tours.- Es el porcentaje que se obtiene al comparar el total de tours operados por la compañía vs. los realizados por los competidores, en un lapso mensual o anual.

$$\%\ Índice\ operación\ tours = \frac{Total\ tours\ operados\ por\ la\ empresa\ "mensual\ o\ anual"}{Total\ tours\ operados\ por\ la\ competencia\ "mensual\ o\ anual"} - 1 * 100$$

Donde:

- Si el resultado porcentual es negativo (menor a cero "< 0"), quiere decir que la empresa ha operado menos tours que la competencia en el periodo de análisis (mensual o anual).
- Si el resultado porcentual es positivo (mayor a cero "> 0"), quiere decir que la empresa ha operado más tours que la competencia en el periodo de análisis (mensual o anual).
- Si el resultado porcentual es cero ("= 0"), quiere decir que la empresa ha operado el mismo número de tours que la competencia en el periodo de análisis (mensual o anual).

c) Tasa de crecimiento de clientes.- Es la comparación entre el número de clientes actual "*n"* vs. el número de clientes anteriores "*n - 1*", teniendo un periodo de análisis mensual o anual.

$$\%\ Tasa\ de\ Crecimiento\ Clientes = \frac{Clientes_n - Clientes_{n-1}}{Clientes_{n-1}} * 100$$

$$\%\ Tasa\ de\ Crecimiento\ Clientes = \left\{\left(\frac{Clientes_n}{Clientes_{n-1}}\right) - 1\right\} * 100$$

Donde:

- $Clientes_n$: Total de adquirientes de los servicios turísticos del presente periodo (mes o año actual).
- $Clientes_{n-1}$: Total de adquirientes de los servicios turísticos del pasado periodo (mes o año anterior).

- Si el resultado porcentual es negativo (menor a cero "< 0"), quiere decir que el número de clientes decreció en comparación al periodo anterior (Análisis mensual o anual).
- Si el resultado porcentual es positivo (mayor a cero "> 0"), quiere decir que el número de clientes creció en comparación al periodo anterior (Análisis mensual o anual).
- Si el resultado porcentual es cero ("= 0"), quiere decir que el número de clientes fue el mismo que el periodo anterior (Análisis mensual o anual).

d) Índice de satisfacción al cliente por los servicios prestados en el desarrollo de los tours.- Es el resultado porcentual de comparar la totalidad de usuarios satisfechos vs. el total de clientes del tour; el cociente obtenido debe ser mayor o igual al 95%, caso contrario, indica la necesidad de tomar correcciones de forma inmediata, en los servicios que presta la compañía.

$$\%\ Índice\ de\ satisfacción = \frac{Total\ de\ Personas\ Satisfechas\ con\ los\ tours}{Total\ de\ usuarios\ de\ los\ tours} * 100$$

$Índice\ de\ Satisfacción \geq 95\%$; Resultado satisfactorio.

$Índice\ de\ Satisfacción < 95\%$; Aplicación de correcciones inmediatas.

e) **Frecuencia anual de adquisición de paquetes turísticos.-** Permite determinar cada cuantos meses un cliente o grupo de clientes adquieren un determinado tour en el año.

$$Frecuencia\ de\ adquisición = \frac{[(\#Mes_n - \#Mes_{n-1}) + (\#Mes_{n-1} - \#Mes_{n-2}) + \ \ldots]}{Total\ de\ veces\ que\ un\ cliente\ adquirió\ un\ tour}$$

Donde:

- # Mes.- Número de mes en el que adquirió un tour, ejemplo: enero = 1, junio = 6, diciembre = 12.
- *n* = Último mes donde adquirió un paquete turístico.
- *n – 1* = Penúltimo mes donde adquirió un paquete turístico.
- *n – 2* = Antepenúltimo mes donde adquirió un paquete turístico.
- *n – 3* = Mes anterior al antepenúltimo donde adquirió un paquete turístico.
- … = Continuación de la fórmula en caso de tener más de cuatro meses, es decir vendría a ser la resta del número de mes en segundo lugar con el número de mes en tercer lugar antes del último mes en que se adquirió un tour y así consecutivamente.
- Total de veces que un cliente adquirió un tour = Número de veces en las que un consumidor compró los servicios de un determinado paquete turístico durante el año.

4. Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores de la empresa operadora de turismo inclusivo son todos aquellos quienes oferten servicios de hospedaje, alimentación, distracciones in-situ adecuadas para personas con discapacidad física, adultos mayores, jubilados y se encuentren en sitios de especial interés estratégico para el turismo.

En este sentido, a priori, se observa mediana existencia de proveedores de hospedaje, distracciones y alimentación en los lugares de interés turístico, que cuentan con facilidades para el acceso de personas con discapacidad física, por lo que las estrategias planteadas como defensa frente a agencias de viajes rivales, radican en negociar

términos y cláusulas de mutuo beneficio entre las partes, privilegiando calidad, cantidad y precio de sus servicios, además del establecimiento de patrocinios de exclusividad, en las cuales solo los usuarios de la Empresa de Turismo Inclusivo, accedan al transporte, sitios escogidos de hospedaje, diversión y alimentación.

Lo ideal en este aspecto sería aplicar una estrategia de integración hacia atrás, debido a la existencia de proveedores poco confiables en el mercado nacional, es decir, adquirir el transporte, hoteles, restaurantes en los destinos turísticos; de inicio es inaplicable, debido a la altísima inversión que se tendría que hacer; por lo que la estrategia de apertura de operaciones será una negociación directa de mutuo beneficio y con cláusulas de exclusividad de los proveedores hacia la empresa propuesta.

5. Poder de negociación de los consumidores

Tradicionalmente los ecuatorianos se caracterizan por tener cultura del regateo, es decir proponer precios inferiores a los establecidos en la venta de bienes y servicios.

Esta costumbre en el giro del negocio puede convertirse tanto en una oportunidad como en una amenaza. Es una posibilidad cuando se convierte en una estrategia de marketing al promocionar un precio con opción de rebaja de acuerdo a la negociación, permitiendo el aumento de clientes interesados en los tours que oferte la empresa, pero en viceversa se vuelve una imposibilidad debido a que tendría que establecerse un margen máximo de rebaja para evitar pérdidas en las operaciones turísticas que se oferten.

En el sector turístico nacional al momento se manejan estándares de atención y calidad de servicios, por lo que los viajeros nacionales miden más el precio por sobre los lugares que visitan, en este sentido, la estrategia aplicable es dar a conocer que la empresa de turismo propuesta en el proyecto, brindará servicios de distracción únicos e innovadores dirigidos a personas con discapacidad física, adultos mayores y sus familiares, a diferencia del común de los tours de organizaciones competidoras.

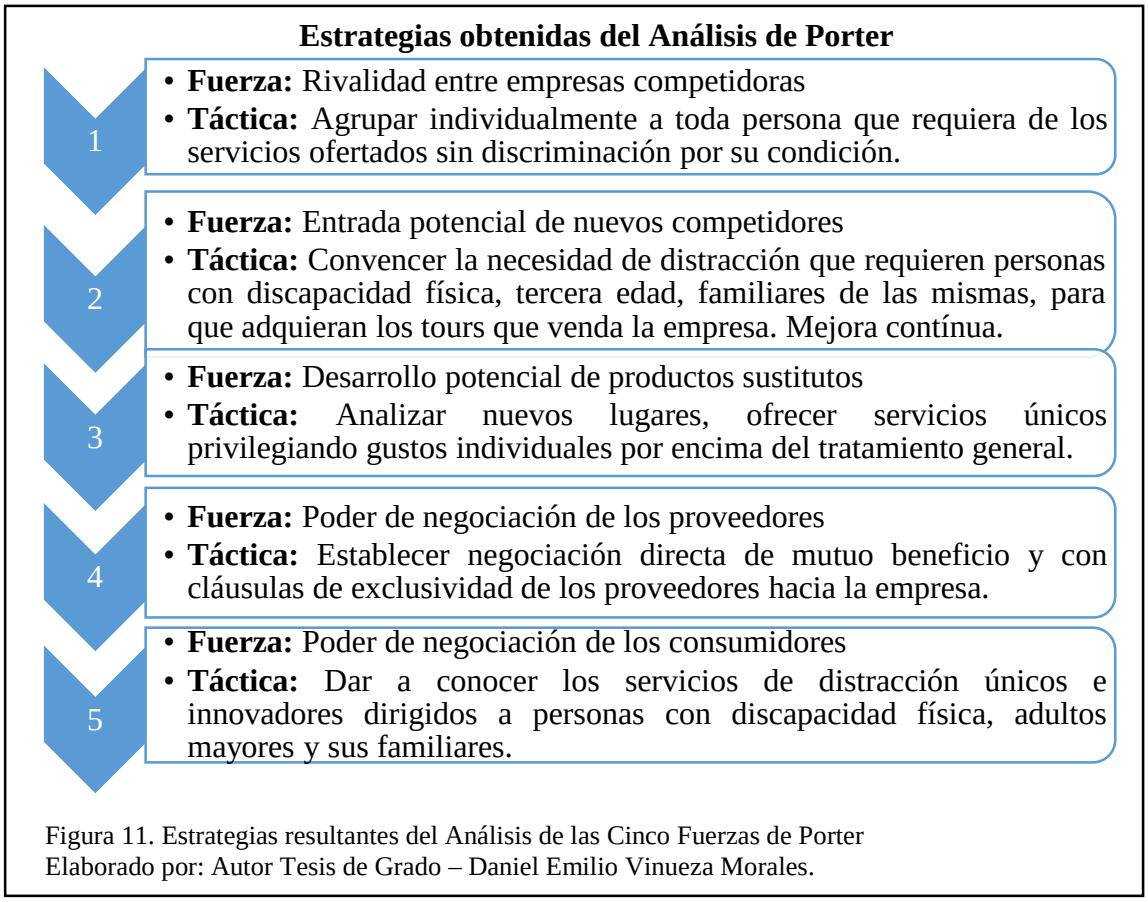


Figura 11. Estrategias resultantes del Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

2.3. Análisis de factores internos

Al tratarse de un proyecto de factibilidad para la creación de una nueva empresa, los elementos de afectación intrínseca no pueden ser medidos objetivamente, sino de forma subjetiva, debido a que al no existir formalmente la compañía, no se puede establecer a ciencia cierta cuales son las fortalezas y debilidades que posee.

Con este panorama, las fortalezas y debilidades que se describen a continuación dentro de la Matriz de evaluación de factores internos responden a la presunción inicial de operación mercantil a corto plazo. (Ver: Tabla 9)

Tabla 9. Matriz de evaluación de factores internos de la EOTIPDF

Matriz de evaluación de factores internos				
Fortalezas		**Ponderación**	**Clasificación**	**Puntuaciones Ponderadas**
1	Alto conocimiento del tratamiento a personas con discapacidad física.	0,20	4	0,80
2	Experiencia en el manejo de requerimientos de adultos mayores al momento de distraerse.	0,15	4	0,60
3	Se tendrá gran visión en la selección de destinos turísticos adaptados para personas discapacitadas y adultos mayores.	0,15	4	0,60
4	El personal que conformará la empresa será altamente capacitado en atención personalizada.	0,15	3	0,45
5	La empresa contará con una sólida estructura administrativa y procesos claramente definidos.	0,10	3	0,30
Debilidades		**Ponderación**	**Clasificación**	**Puntuaciones Ponderadas**
1	Al inicio de operaciones, no se cuenta con suficiente capital que permita adquirir bienes y servicios estratégicos en propiedad, tales como transporte, hoteles.	0,10	2	0,20
2	Al principio de las actividades mercantiles, no se cuenta con suficientes recursos para realizar masivas campañas publicitarias.	0,05	2	0,10
3	En los primeros años, el nivel salarial estará por debajo de lo que pagan empresas competidoras.	0,10	1	0,10
TOTAL		1,00		3,15

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Notación:

a) La ponderación descrita va de 0,00 (aspecto no importante) a 1,00 (factor de importancia), siendo la sumatoria de todos estos valores igual a 1,00.

b) La escala de valores dentro del rango de clasificación va de 1 a 4, donde:

4 = Fortaleza mayor.
3 = Fortaleza menor.
2 = Debilidad menor.
1 = Debilidad mayor.

c) La puntuación total ponderada representa la posición interna en la que se encontraría la empresa de inicio al ejecutar el proyecto, se clasifican dentro de los siguientes niveles:

4,00 – 2,51 = La empresa tendrá una posición interna sólida.

2,50 = En principio, la entidad mantendrá una posición interna promedio.

2,49 – 0,00 = La organización será débil internamente.

Análisis:

El resultado de este estudio, demuestra que al iniciar operaciones, la empresa internamente mantendrá una posición sólida (Calificación 3,15), en la que sus fortalezas generales estarán por encima del promedio.

2.4. Modelo de la cadena de valor

Es una herramienta de análisis teórica que permite determinar procesos gobernantes, institucionales y de apoyo en el inicio de negocios. Posibilita generar valor agregado en los bienes o servicios que comercializa una organización.

El modelo es desarrollado por el Profesor Michael Porter de la Escuela de Negocios de Harvard, publicado en su libro: *"Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance [Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un Desempeño Superior] (1985)".*

Este instrumento administrativo se acopla perfectamente en la investigación, porque proporciona un estudio de los procesos que formarán parte de las actividades mercantiles de la empresa.

La Cadena de Valor distingue tres grupos de procesos, clasificándolos de la siguiente forma:

Grupos de procesos empresariales

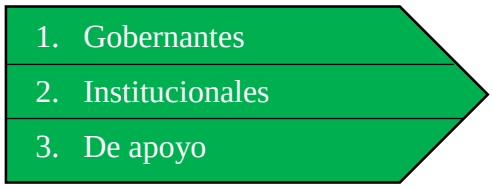


Figura 12. Grupos de procesos: Modelo de la Cadena de Valor
Fuente: Libro: *"Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un Desempeño Superior"* (Porter, M., 2009, pp. 39 - 41).
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

a) Procesos gobernantes

Son los que afectan a toda la organización, están en concordancia con la misión, visión de la entidad. Tienen carácter global, atraviesan transversalmente a toda la compañía relacionando áreas administrativas, de planificación estratégica, mejora continua y dirección.

b) Procesos institucionales

Son los que influyen directamente al producto o servicio que comercializa la entidad.

c) Procesos de apoyo

Tienen impacto en diferente medida dentro de los procesos superiores.

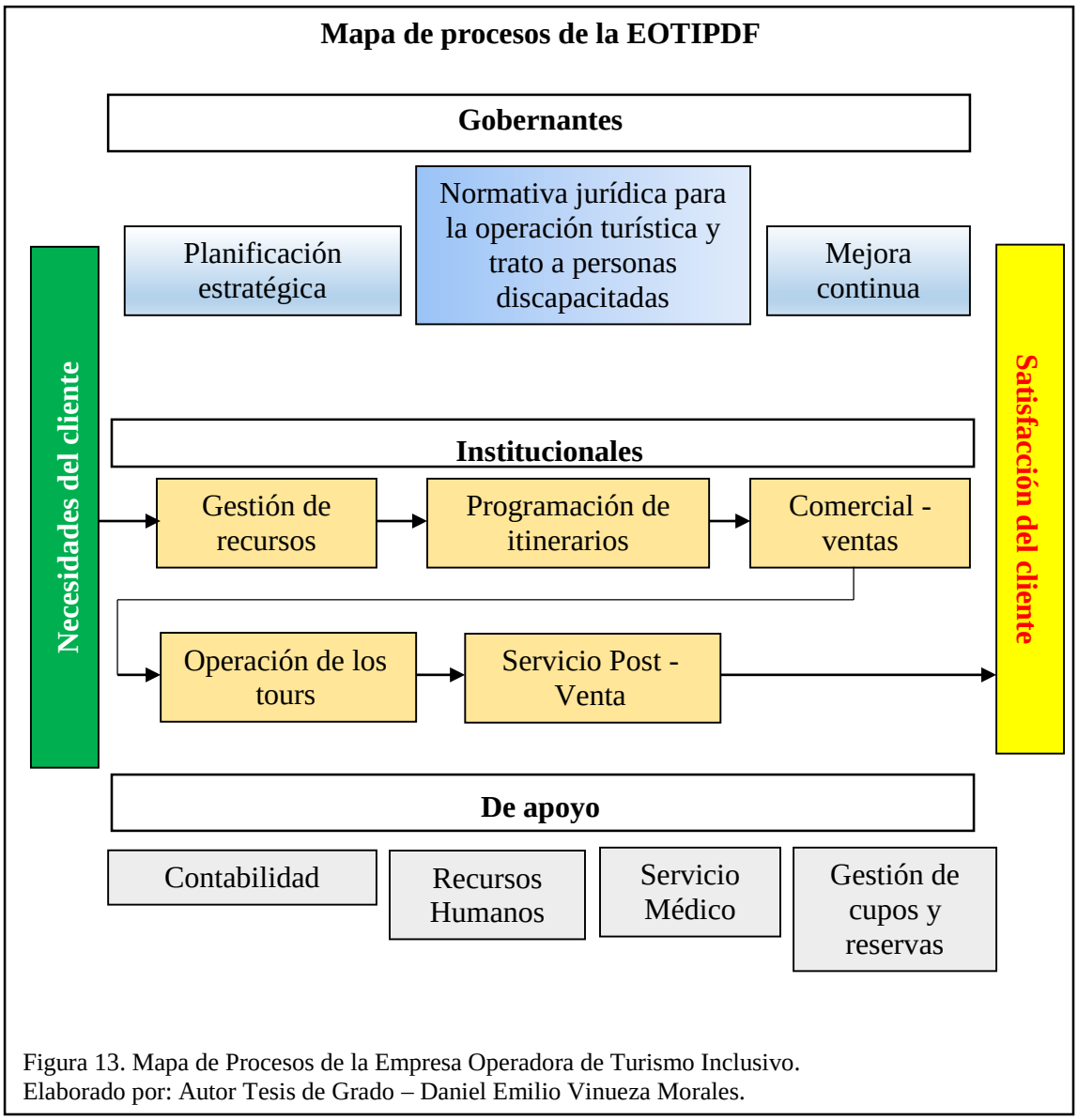


Figura 13. Mapa de Procesos de la Empresa Operadora de Turismo Inclusivo.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

Clasificados los procesos por grupos jerárquicos, la Cadena de Valor establece seis fases de producción y comercialización de un bien o servicio, las que al aplicarse dentro de la EOTIPDF quedan descritas de la siguiente forma: (Ver: Figura 14).

Cadena de valor de la EOTIPDF

N°	Proceso	Tipo de proceso
1	Análisis de Mercado	Procesos de Innovación
2	Desarrollo del Tour	
3	Establecimiento definitivo del Tour	Procesos Operativos
4	Venta del Paquete de Excursión	
5	Ejecución del Viaje Turístico	
6	Operación de Servicios Adicionales dentro del Tour	Procesos de Valor Agregado

Figura 14. Cadena de valor (Procesos de innovación, operativos y de valor agregado) EOTIPDF
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

Descripción de los procesos:

1. **Análisis de mercado:** comprende el estudio de los factores intrínsecos del mercado ecuatoriano como gustos y preferencias, precio promedio, accesibilidad de los sitios turísticos, capacidad de pago de los clientes, concepción de calidad. Esta investigación permite establecer parámetros mínimos de cumplimiento obligatorio en cuanto a la duración, precio tentativo, calidad del servicio que deben tener los tours para generar ventaja competitiva dentro del universo de consumidores.
   También incluye evaluaciones mensuales, trimestrales, semestrales o anuales del total de ventas realizadas.

2. **Desarrollo del tour:** este proceso enmarca la logística del paquete turístico, es decir todas las actividades necesarias para poder ofertar el tour. Los pasos básicos a seguir son:
   - Definir el destino.
   - Análisis del costo de los servicios turísticos en destino.
   - Gestión de cupos y reservas.
   - Comparación de precios de transporte y capacidad.
   - Agendamiento de rutas y puestos disponibles por unidad.

- Determinación de mínimos y máximos de usuarios por condición (nivel de discapacidad, requerimientos especiales, etc.)

3. **Establecimiento definitivo del tour:** engloba decisiones finales respecto al destino, elección del transporte, rutas, proveedores de hospedaje, alimentación, guías turísticos, logística, cupos mínimos y máximos, importe de comercialización al público.

4. **Venta del paquete de excursión:** abarca la comercialización de los paquetes turísticos, a través de la promoción y ejecución de venta de los mismos.

5. **Ejecución del viaje turístico: e**s la puesta en marcha de la excursión; en esta fase se cumple con el itinerario establecido dentro del proceso de establecimiento definitivo del tour.

6. **Operación de servicios adicionales dentro del tour:** son todas las prestaciones que diferencian a la empresa respecto de la competencia.
   Incluyen servicios como masajes, alimentación personalizada, atención médica, mayor tiempo de hospedaje, traslado personalizado. Algunos de estos servicios se encontrarán incluidos en los paquetes de viaje, otros correrán como rubro adicional por parte del cliente, previo acuerdo.

2.5. Análisis Jurídico – Legal

Uno de los pilares fundamentales de desarrollo en que se sustenta la política del país, es la inclusión de sectores tradicionalmente desprotegidos, relegados, marginados y maltratados dentro de la sociedad.

La Constitución del Ecuador, dentro del Título VII – Régimen del Buen Vivir, Capítulo I – Inclusión y Equidad, manifiesta textualmente en el Artículo 341:

… “Priorizará su acción hacia aquellos grupos que requieran consideración especial por la persistencia de desigualdades, exclusión, discriminación o violencia, o en virtud de su condición etaria, de salud o de discapacidad.”

(Constitución del Ecuador, 2008)

Se aprecia entonces que el Estado brindará los ambientes necesarios que permitan la atención de grupos excluidos; en el caso particular del estudio, las personas con discapacidad, por tanto la consecución del proyecto se enmarca en brindar un trato justo, equitativo e igualitario a las personas con limitación física al acceder a los tours que oferte la compañía.

En igual forma, la Ley Orgánica de Discapacidades respecto al Turismo Accesible en el Artículo 44 manifiesta:

… “Los gobiernos autónomos descentralizados, vigilarán la accesibilidad de las personas con discapacidad a las diferentes ofertas turísticas, brindando atención prioritaria, servicios con diseño universal, transporte accesible y servicios adaptados para cada discapacidad”…

(Ley Orgánica de Discapacidades, 2012)

De acuerdo al artículo antes descrito, es política Gubernamental, tanto Central como Seccional el modificar la infraestructura y accesibilidad a los destinos turísticos para que estos sean amigables con los seres humanos que presenten limitantes físicos.

Fundamentándose en esta obligatoriedad, la EOTIPDF, explotará el potencial turístico que brinden los diferentes destinos nacionales que hayan cumplido con esta normativa legal.

2.5.1. Tipo de compañía escogida para el desarrollo del proyecto

Perteneciendo al grupo de las Pequeñas y Medianas Empresas "PYMES", según la normativa jurídica vigente la clase de compañía que acertadamente encajaría dentro de las expectativas del negocio es la Compañía de Responsabilidad Limitada (Cía. Ltda.), por requerir menor capital inicial al momento de constituirse, tiene una mayor característica familiar o de pocos socios, evita la posibilidad de venta en partes de la empresa a competidores (como si lo permitiría una sociedad anónima a través de cesión de acciones) y deja abierta la posibilidad de expansión de socios en el futuro a través de la transformación de la entidad en una sociedad anónima. Para efectos del estudio, la EOTIPDF se denominará comercialmente "TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.".

2.5.1.1. Normativa legal regulatoria de la actividad comercial de una Compañía de Responsabilidad Limitada

Todas las operaciones mercantiles en el Ecuador se encuentras normadas bajo la Ley de Compañías. La Compañía Limitada para su creación debe cumplir con las siguientes disposiciones:

Tabla 10. Características de la Compañía Limitada

Detalle	Descripción
a) Responsabilidad	Los socios responden únicamente hasta el monto de su capital aportado.
b) Capital mínimo y forma de aportación.	USD $400,00. El aporte puede ser en dinero efectivo y/o especies.
c) Plazo de suscripción del capital	El capital mínimo pagado en principio es del 50% del total del capital suscrito, el resto en un periodo de tiempo no mayor a un año desde la fecha de constitución.
d) Documentos de identificación	Se encuentra dividida en participaciones.
e) Transferencias	Requiere aprobación de la Junta General de Socios. La transferencia se hará mediante escritura pública inscrita en el Registro Mercantil.
f) Número de socios	Mínimo dos, máximo quince.
g) Consideraciones	Su giro es mercantil, pudiendo realizar toda clase de actos civiles, excepto: operaciones bancarias, seguro y captaciones de dinero.

Nota. (Superintendencia de Compañías, 2014, p.5), Ley de Compañías – Arts.92 al 97.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

a) Pasos para constituir una Compañía Limitada

N°	Actividad
1	Ingresar a la página web: www.supercias.gob.ec con un número de usuario y contraseña creados.
2	Llenar formulario de solicitud de constitución y adjuntar documentos habilitantes.
3	Seleccionar Notaría.
4	La notaría asignará fecha y hora para la firma de escritura y nombramientos.
5	La Dirección Nacional de Registro de Datos Públicos generará una proforma de pago.
6	La Dirección de Datos Públicos generará la razón de inscripción de la escritura y nombramientos.
7	Electrónicamente se remitirá la información al SRI, quien inmediatamente generará el número de RUC para la compañía.
8	De forma electrónica por medio del portal web, se emitirá el número de expediente y notificará que el trámite de constitución ha finalizado.

Figura 15. Pasos para la Constitución de una compañía en forma electrónica
Fuente: www.supercias.gob.ec – Constitución de Compañías en línea.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

2.5.2. Reglamentación tributaria para la actividad turística

La Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno en el Capítulo IV, Artículo 93, establece que las empresas turísticas se encontrarán sujetas al régimen tributario señalado en la Ley de Turismo.

(Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, 1999)

2.5.3. Normativa jurídica que rige a las empresas de actividad turística

Esta clase de negocios tienen como norma legal regulatoria a la Ley de Turismo y su Reglamento de Aplicación; estos preceptos disponen lineamientos de funcionamiento, actividad, tributación con el propósito de promocionar, regular y desarrollar el turismo de forma sustentable como fuente generadora de riqueza.

La Ley de Turismo (Art. 5) establece clases de actividades turísticas, teniendo entre las principales:

- Alojamiento.
- Servicio de alimentos y bebidas.
- Transportación dedicada principalmente al turismo (aéreo, marítimo, fluvial, terrestre).
- Alquiler de vehículos para recreación y excursiones.
- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte (considerado agenciamiento).
- Intermediación (ofrecida por agencias de turismo y organizaciones de eventos, congresos y convenciones.

(Ley de Turismo, 2002)

2.5.3.1. Registros y licenciamientos necesarios para ejercer actividades turísticas

La Ley de Turismo en su Artículo 8, establece como requisitos obligatorios para desarrollar actividades turísticas:

- Obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento.

a) Registro de turismo

Es la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Ministerio de Turismo por primera y única vez previo al inicio de operaciones. (Ver: Figura 16)

Registro de turismo

MINISTERIO DE TURISMO	**CERTIFICADO DE REGISTRO**	ecuador ama la vida

EL MINISTERIO DE TURISMO, en uso de las atribuciones previstas en la Ley de Turismo y su Reglamento de Aplicación, vigente; y, una vez que ha cumplido todos los requisitos de Ley, concede el presente **CERTIFICADO DE REGISTRO Nº 17-9110 folio Nº 925,** al establecimiento denominado:

"TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA."

Actividad: Operación Turística, intermediación de servicios turísticos.

Propietario o Representante: OPERADORA TURÍSTICA INCLUSIVA DEL ECUADOR "TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA."

Dirección: MONTEVIDEO N11-157 Y NUEVA YORK

Tipo: AGENCIA DE VIAJES

Categoría: AGENCIA DE VIAJES OPERADORA

Capacidad: **Mesas/Habitaciones:** **Plazas:**

R.U.C: 1795080673001

Ciudad: QUITO

Provincia: PICHINCHA

Cantón: QUITO

El propietario o representante legal del establecimiento se compromete a cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad con la Ley de Turismo.

QUITO, 17 de OCTUBRE del 2014

REPÚBLICA DEL ECUADOR MINISTERIO DE TURISMO CLASIFICACION Y REGISTRO QUITO

.....

ABG. ESTÉBAN ALEJANDRO ALTAMIRANO QUMBAJÍN
DIRECTOR DE REGISTRO Y CONTROL

IMPORTANTE:

- ESTE DOCUMENTO ES HABILITANTE Y NO LE EXIME DE LA OBLIGACION DE OBTENER LA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO EN LA RESPECTIVA INSTITUCION.
- LAS EMPRESAS O ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS SÓLO PODRÁN UTILIZAR LA DENOMINACIÓN Y CLASIFICACIÓN OTORGADA EN ESTE CERTIFICADO DE REGISTRO; O, EN SU RECLASIFICACIÓN LUEGO DEL PROCEDIMIENTO RESPECTIVO, SI FUERE DEL CASO.
- ESTE CERTIFICADO DE REGISTRO NO PODRA SER RETIRADO, NI INTERRUMPIDO POR NINGUNA AUTORIDAD, SIN CONOCIMIENTO Y AUTORIZACION DEL MINISTERIO DE TURISMO, ORGANISMO COMPETENTE SEGÚN LAS LEYES VIGENTES.
- CUALQUIER CAMBIO DE DIRECCION, PROPIETARIO O CIERRE DEL ESTABLECIMIENTO DE SU REPRESENTACION, DEBE SER COMUNICADO AL MINISTERIO DE TURISMO.
- ADVERTENCIA: CUALQUIER ALTERACION AL TEXTO DEL PRESENTE DOCUMENTO, COMO SUPRESIONES, AÑADIDURAS, ABREVIATURAS, BORRONES O TESTATURAS, ETC. LO INVALIDAN.
- Queda anotado en el Libro con el número **919/DRC**

Funcionario responsable: FdeA VERSION 01

Figura 16. Modelo Registro de Turismo
Fuente: http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/CERTIFICADO-DE-REGISTRO-VERSION-01.pdf
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

El Art. 47 (Obligación del Registro Único de Turismo) del Reglamento a la Ley de Turismo manifiesta lo siguiente:

> … Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas, obtendrá el Registro de Turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el Catastro o Registro Público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo …
>
> (Reglamento General a Ley de Turismo, 2004)

Dentro este mismo artículo se manifiesta que: "se efectuará por una sola vez y cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho". Se tiene por infracción sino se obtiene este requisito una multa de USD $100,00 (aplica en igual forma a la Licencia Única Anual de Funcionamiento) y en caso de reincidencia, procederá la clausura definitiva de la compañía. (Reglamento General a Ley de Turismo, 2004)

Procedimiento para obtener el registro de turismo:

La EOTIPDF por su actividad formaría parte del grupo de agencias de viaje operadoras, por tanto, se debe presentar ante el Ministerio de Turismo la siguiente documentación para la obtención del RT:

1. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía.
2. Nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil.
3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
4. Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
5. Justificación del Activo Real mediante declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía conforme se indica a continuación:

- Agencias de viajes operadoras: Ocho mil dólares de los EE.UU. En caso de tener más de una sucursal, aumentar el activo real en mil quinientos dólares por cada sucursal a partir de la segunda.

6. Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal.
7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.
8. Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR).

(Página web - Ministerio de Turismo, 2014)

Evaluación:

Receptada la documentación correspondiente, se procede con la Evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, determinándose:

a) Actividad Turística
b) Tipo
c) Capacidad
d) Categoría
e) Dirección
f) Nombre del propietario

1) Realizada la apreciación, se otorga clasificación y categoría concordante con la Normativa vigente.
2) Se informará al representante legal sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría.
3) Se entregan los números de cuentas bancarias.
4) Para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, se cancelarán en la Tesorería del Municipio cantonal donde pertenece la entidad.

(Página web - Ministerio de Turismo, 2014).

Costo:

El pago único que se debe realizar para obtener el Registro de Turismo es de USD $141,60, ya que la EOTIPDF forma parte del grupo de Agencias de Viajes y Turismo, subgrupo Operadoras de acuerdo a la Tabla de Cobros Registro LUAF – Acuerdo Ministerial N°. 20130002. (Ministerio de Turismo, 2013, p.4).

b) Licencia Única Anual de Funcionamiento

Es un requisito obligatorio de renovación anual, constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos para poder operar. Tiene vigencia durante el año otorgado y sesenta días calendario del año siguiente, lo emite el Ministerio de Turismo o los Gobiernos Seccionales a los que esta Cartera de Estado transfiera la facultad de hacerlo. (Ver: Figura 17)

La LUAF aparte de permitir el normal desarrollo de actividades turísticas, tiene como beneficios:

a) Acceder a los beneficios tributarios contemplados en la Ley de Turismo.
b) Dar publicidad a su categoría.
c) Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención del empresario, instalación o establecimiento.
d) Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra.
e) No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

(Ley de Turismo, 2002)

Requisitos:

Para obtener la LUAF, es necesario presentar los siguientes documentos:

1. Copia y original del pago del impuesto predial.
2. Lista de precios de los servicios ofertados, (original y copia).
3. Declaración de activos fijos para cancelación del uno por mil suscrito por el Representante Legal (Formulario del Ministerio de Turismo).
4. Inventario valorado de la empresa firmado por el representante legal.
5. Pagos por concepto de renovación de Licencia Anual de Funcionamiento.

(Página web - Ministerio de Turismo, 2014).

Costo:

El pago que se debe realizar en forma anual por obtención y renovación de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) es igual al costo que se paga para obtener el Registro de Turismo; es decir, USD $141,60. (Tabla de Cobros Registro LUAF – Acuerdo Ministerial N°. 20130002. Ministerio de Turismo, 2013, p.4).

2.5.4. Exenciones tributarias a las empresas turísticas

De conformidad al Artículo 26 de la Ley de Turismo, todas las compañías que tengan por finalidad el desarrollo de actividades turísticas y sus proyectos se encuentren aprobados por el Ministerio de Turismo, tendrán derecho a los siguientes beneficios:

“Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas, aportes para el incremento del capital. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años”... (Ley de Turismo, 2002)

Licencia Única Anual de Funcionamiento

MINISTERIO DE TURISMO

ecuador ama la vida

LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Quito, 17 de octubre del 2014

Señores
Autoridades, Inspectores, Agentes de Policía, etc. de la
PROVINCIA DE PICHINCHA

EL MINISTERIO DE TURISMO, en uso de las atribuciones previstas en le Ley de Turismo y su Reglamento de Aplicación vigente, visto en el Registro de Inscripción **Nº 17-9110 - Folio Nº 925,** y una vez que ha cumplido todos los requisitos de Ley, concede la presente **LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO,** al establecimiento denominado:

"TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA."

Actividad: Operación Turística, intermediación de servicios turísticos.

Propietario o Representante: OPERADORA TURÍSTICA INCLUSIVA DEL ECUADOR "TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA."

Dirección: MONTEVIDEO N11-157 Y NUEVA YORK

Tipo: AGENCIA DE VIAJES

Categoría: AGENCIA DE VIAJES OPERADORA

Capacidad: **Mesas/Habitaciones:** **Plazas:**

R.U.C: 1795080673001

Ciudad: QUITO

Provincia: PICHINCHA

Cantón: QUITO

El propietario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad a la Ley de Turismo y Reglamentos vigentes.

REPÚBLICA DEL ECUADOR
MINISTERIO DE TURISMO
CLASIFICACION Y REGISTRO

ABG. ESTÉBAN ALEJANDRO ALTAMIRANO QUMBAJÍN
DIRECTOR DE REGISTRO Y CONTROL

Queda anotado en el Libro con el Nº 919 DRC, y tendrá validez hasta 18 DIC 2015

ESTA LICENCIA NO PODRÁ SER RETIRADA, NI INTERRUMPIDA POR NINGUNA AUTORIDAD, SIN CONOCIMIENTO Y AUTORIZACION DEL MINISTERIO DE TURISMO, ORGANISMO COMPETENTE SEGÚN LAS LEYES VIGENTES.

IMPORTANTE:
Cualquier cambio de dirección, propietario o cierre del establecimiento de su representación, debe ser comunicado al **MINISTERIO DE TURISMO.**

Funcionario responsable: RSV/LN VERSION 01

Figura 17. Modelo Licencia Única Anual de Funcionamiento
Fuente: http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LICENCIA-UNICA-ANUAL-DE-FUNCIONAMIENTO-VERSION-01.pdf
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

"Acceso al crédito en instituciones financieras para el financiamiento de proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo"

(Ley de Turismo, 2002)

2.6. Impacto ecológico del proyecto desde el punto de vista jurídico

Todo desarrollo de actividades turísticas genera efectos positivos o negativos dentro del ambiente. De acuerdo al Artículo 3 del Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, manifiesta que "las actividades turísticas serán ejercidas bajo el principio de sostenibilidad o sustentabilidad de la actividad turística, entendiéndose el primero en los términos establecidos en la Ley de Gestión Ambiental".

(Reglamento General de Aplicación de la Ley de Turismo, 2004)

Política ambiental:

Se mantendrán protocolos de cuidado al medio ambiente a través de establecimiento de normas generales al momento de la visita y excursiones en los lugares turísticos por medio de indicaciones verbales que emita el guía turístico de la empresa.

Ejemplo de visita guiada – protocolo de seguridad

Figura 18: Ejemplo gráfico de protección al ambiente a través de la implementación de normas de visita.
Fuente: http://www.jaenaccesible.org/meta//necesidad.php [Consultado el 25/10/2014]
Elaborado por: Turismo Accesible – Provincia de Jaén – España.

Complementando los preceptos mandatorios del Reglamento de la Ley de Turismo, la Ley de Gestión Ambiental manifiesta lo siguiente:

> **Art. 33.-** Establecer como instrumentos de aplicación de las normas ambientales los siguientes: parámetros de calidad ambiental, normas de efluentes y emisiones, normas técnicas de calidad de productos, régimen de permisos y licencias administrativas, evaluaciones de impacto ambiental, listados de productos contaminantes y nocivos para la salud humana y el medio ambiente, certificaciones de calidad ambiental de productos y servicios y otros…
>
> (Ley de Gestión Ambiental, 1999)

Política Ambiental:

Para cumplir con el mandatorio del artículo anterior, la EOTIPDF establece un protocolo ambiental que equilibra tres aspectos de importancia, mediante el establecimiento de tres políticas ambientales: (Ver: Figura 19)

Proceso de cuidado ambiental de la EOTIPDF

Políticas ambientales	
1	Se mantendrán paradas continuas en el momento del viaje para la realización de necesidades biológicas en periodos que no lleven más allá de 45 minutos o 35 km. Todas estas paradas serán realizadas en gasolineras, restaurantes o paraderos que cuenten con los requisitos necesarios de sanidad como: baños aseados, desinfectados.
2	El bus contratado debe contar con un servicio higiénico que licúe los excrementos a través de químicos y los almacene en un compartimento para posteriormente ser desechados en la estación de la cooperativa después de realizado el viaje. Es un tratamiento casi idéntico al que brindan los aviones comerciales.
3	Se manejará una clasificación general de desechos, teniendo tres grandes grupos: a) Comunes, b) Infecciosos, c) Corto punzantes.

Figura 19. Diagrama ambiental de la EOTIPDF
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

CAPÍTULO 3
ESTUDIO DE MERCADO

3.1. Estudio de mercado

Integra el análisis del sitio físico o virtual donde interactúan tanto compradores como vendedores comunicando sus múltiples necesidades y brindando respuestas efectivas para solucionarlas. Examina las fuerzas del mercado (oferta y demanda) posibilitando el conocimiento de las motivaciones de consumo, hábitos de compra, precios referenciales, aceptación del producto, competencia y promoción.

Varios autores asocian este estudio dentro de la investigación de mercados. Esta herramienta del marketing se define como:

"El diseño, la obtención, el análisis y la presentación sistemática de datos y descubrimientos pertinentes para una situación de marketing específica que enfrenta la empresa." (Kotler, P., 2011, p.65)

Dentro del proyecto de factibilidad permite conocer la demanda actual y futura que tendrán los servicios ofertados por la empresa; es decir, servicios turísticos a través de la operación de tours.

En el estudio de la demanda, es pertinente determinar el mercado objetivo al cual se dirige la EOTIPDF.

3.1.1. Mercado objetivo

La EOTIPDF tiene como clientela principal a las personas con discapacidad física residentes en la ciudad de Quito. Acorde a los datos estadísticos presentados en la Tabla 1. Población según tipo de discapacidad Provincia de Pichincha Año 2013, muestra un total de 21173 personas con discapacidad física registradas en el CONADIS, domiciliadas en el Distrito Metropolitano de Quito.

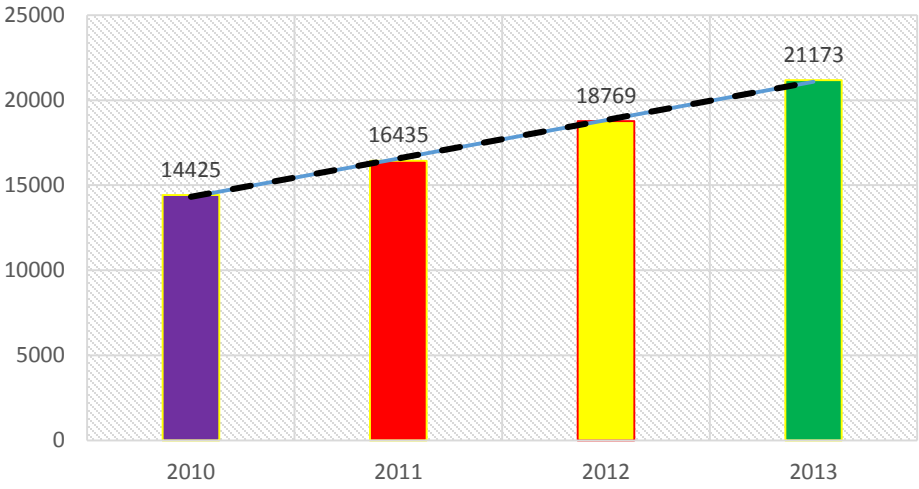


Figura 20. Crecimiento personas con Discapacidad Física DMQ (2010 - 2013)
Fuente: (Consejo Nacional de Discapacidades, 2013, p.5); (Caiza, O., 2012, p.65); (Ipiales, N., 2011, p.4).
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales.

Es necesario proyectar el número de personas con discapacidad física a cinco años, tomando en cuenta que el escenario al cual se enfrenta la EOTIPDF no es un mercado de competencia perfecta, en razón de no existir un alto número de compañías que oferten estos servicios; en este caso, son pocas las operadoras turísticas que ofertan servicios similares, por tanto el ambiente mercantil se presenta como un oligopolio. (Referencia: Tabla 7. Empresas de turismo nacionales que ofertan tours accesibles para personas con discapacidad).

Para mayor comprensión se define etimológicamente este concepto:

"**Oligopolio:** Situación de competencia imperfecta en la que una industria está dominada por un número pequeño de empresas." (Samuelson, P. y Nordhaus, W., 2006, p. 718)

Juan Manuel Blanco, en su libro "Economía: Teoría y Práctica", describe que en un oligopolio las empresas tienen la capacidad de afectar individualmente al número de consumidores de un bien o servicio, esto gracias a la interdependencia de las acciones de

los participantes; es decir, cualquier decisión aislada de uno de los competidores afecta directamente en el nivel de ventas y de consumidores.

Poniendo un ejemplo relacionado a la investigación: si la operadora turística "ECUADOR FOR ALL" decide anexar una nueva atracción dentro de un tour manteniendo el precio anterior, genera una descompensación en la empresa "TERRACENTER", debido a que el importe que esta manejaba al mismo destino no cubría este atractivo, por ende para no perder su clientela se ve en la obligación de disminuir su utilidad para poder brindar este servicio.

Con estos antecedentes, la proyección de clientes (personas con discapacidad física) a seis años responde a la estimación que el primer año conlleva la recuperación del capital de trabajo, por tanto se maneja un margen de pérdida; el segundo año concentra esfuerzos en equilibrar egresos con ingresos para al menos no perder ni ganar; el tercer año ya equilibrado gastos vs rentas se piensa en obtener un margen pequeño de ganancia que permita cubrir la pérdida inicial, para finalmente en posteriores años evaluar la verdadera rentabilidad del negocio. Este panorama esclarece que a partir del cuarto año se puede tener una perspectiva real de cuál es el número de clientes requerido para obtener la rentabilidad deseada, por lo que la proyección de usuarios para el año cuatro, cinco y seis de operaciones es fundamental al momento de evaluar los posibles ingresos y utilidades que genera el negocio.

Tratándose de un mercado no competitivo (oligopolio), el método de proyección de datos que más se acerca a brindar un panorama real es la regresión lineal simple; por lo cual, partiendo de los datos estadísticos reseñados en la figura 20, se genera la siguiente perspectiva del número de personas con discapacidad física para el periodo 2014 – 2020, siendo 2014 (año de evaluación del proyecto), 2015 (primer año – inicio de operaciones), 2020 (sexto año de operaciones).
El método de regresión lineal simple contempla las siguientes ecuaciones:

$$\sum y = an + b\sum x$$

$$\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

Ecuación lineal: $y = a + bx$

Donde:

x = Año

y = Total de personas con discapacidad física de D.M. Quito en el año "x"

n = Número de periodos del dato estadístico.

a = Valor constante de la ecuación lineal.

b = Variable de la ecuación lineal.

Para la proyección del número de personas con discapacidad física, se utilizan los datos descritos en la Figura 20.

Desarrollo:

Tabla 11. Datos para la aplicación de la regresión lineal – proyección número de personas con discapacidad física.

n	Año	Total	xy	x^2
	x	y		
1	2010	14425	28994250	4040100
2	2011	16435	33050785	4044121
3	2012	18769	37763228	4048144
4	2013	21173	42621249	4052169
∑	**8046**	**70802**	**142429512**	**16184534**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

$$\sum y = an + b\sum x$$

$$70802 = 4a + 8046b$$

$$\sum xy = a\sum x + b\sum x^2$$

$$142429512 = 8046a + 16184534b$$

Estableciendo el sistema de ecuaciones lineales:

$$\mathbf{70802 = 4a + 8046b}$$

$$142429512 = 8046a + 16184534b$$

Resolviendo por la "Regla de Cramer" o método de determinantes:

Este procedimiento de solución es más eficiente, debido a la precisión de los resultados que se obtienen respecto a otros métodos.

Calculando "a"

$$a = \frac{\begin{vmatrix} 70802 & 8046 \\ 142429512 & 16184534 \end{vmatrix}}{\begin{vmatrix} 4 & 8046 \\ 8046 & 16184534 \end{vmatrix}} = \frac{-90477284}{20} = -4'523.864,20$$

Reemplazando "a" en (1):

$$70802 = 4a + 8046b$$

$$70802 = 4 * (-4'523.864,20) + 8046b$$

$$b = 2257,80$$

Reemplazando en la ecuación lineal que representa la línea de tendencia:

$$y = a + bx$$

$$y = -4'523.864,20 + 2257,80x$$

Por tanto la ecuación que permite establecer la proyección de datos para "n" años es:

$$y = -4'523.864,20 + 2257,80x$$

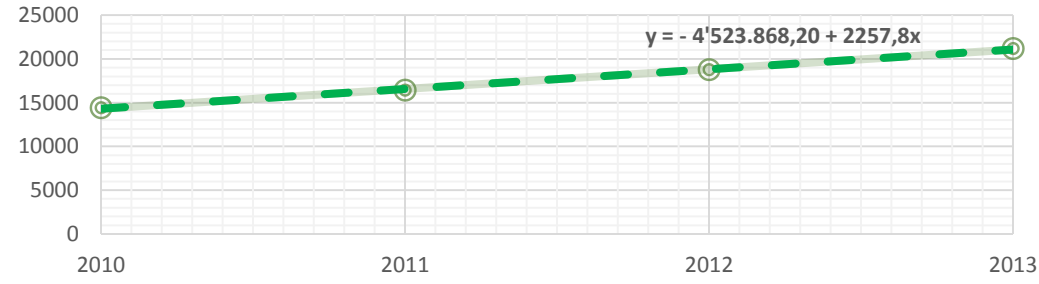


Figura 21. Tendencia de crecimiento del número de personas con discapacidad física del D.M. Quito
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Determinada la ecuación lineal de crecimiento, la proyección de población con discapacidad física del Distrito Metropolitano de Quito (Periodo: 2014 – 2020) sería:

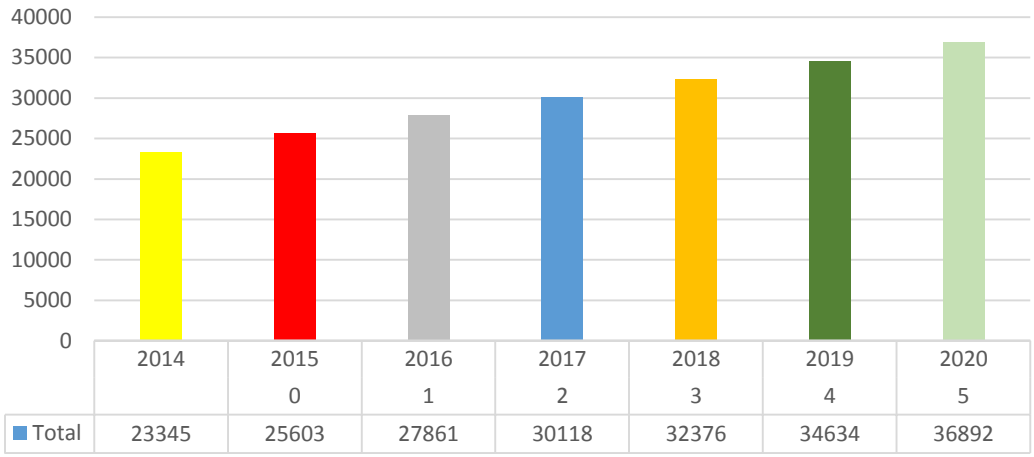


Figura 22: Total de personas con discapacidad física D.M. Quito (Proyección 2014 – 2020)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

En promedio, cada año aumentan 2258 personas con discapacidad física en el Distrito Metropolitano de Quito; por tanto, el mercado de consumidores crecerá un 10% relativamente cada año.

a) Datos estadísticos necesarios para la macro y micro segmentación

Macrosegmentación:

Previo al planteamiento final del mercado objetivo, se tiene la segmentación de la población; por lo cual, es importante describir cifras demográficas que permitan tener un panorama real acerca del conglomerado al cual se dirige la empresa.

Se tiene en primer lugar el número total de personas discapacitadas por causa de origen de la minusvalía a nivel nacional – 2013:

Tabla 12. Estadística: personas con discapacidad de acuerdo a la clase de minusvalía. Año 2013

Provincia	Audi	Física	Intelect	Leng	Psicológ	Visual	Total
Azuay	2584	14681	4935	356	642	2864	**26062**
Bolívar	1000	2271	1253	156	161	851	**5692**
Cañar	825	2994	1544	184	280	695	**6522**
Carchi	1033	2294	904	75	245	549	**5100**
Chimborazo	2488	5217	2958	165	146	1192	**12166**
Cotopaxi	1361	4014	2071	283	193	1166	**9088**
El Oro	1602	8145	5413	166	764	1856	**17946**
Esmeraldas	994	5944	3557	238	296	1633	**12662**
Galápagos	32	126	107	2	17	30	**314**
Guayas	8551	38929	20414	902	2866	9036	**80698**
Imbabura	2234	4238	1764	143	339	1040	**9758**
Loja	1553	5026	4198	154	620	1502	**13053**
Los Ríos	1231	9882	3745	250	387	1729	**17224**
Manabí	3449	23495	5812	278	3239	5676	**41949**
Morona Santiago	336	1864	967	115	169	642	**4093**
Napo	492	1735	851	135	75	476	**3764**
Orellana	451	2166	761	115	186	925	**4604**
Pastaza	334	1078	584	28	79	324	**2427**
Pichincha	7952	23622	11123	712	2289	5983	**51681**
Santa Elena	969	4579	2077	84	162	809	**8680**
Santo Domingo de los Tsáchilas	973	5069	1971	103	401	1120	**9637**
Sucumbíos	510	2287	1118	78	178	688	**4859**
Tungurahua	2056	4248	2502	172	321	930	**10229**
Zamora Chinchipe	397	1559	821	65	95	366	**3303**
Total	**43407**	**175463**	**81450**	**4959**	**14150**	**42082**	**361511**

Nota. Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades (CONADIS) – Estadística de Personas con Discapacidad. Obtenido de: http://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/03/conadis_registro_nacional_discapacidades.pdf
Elaborado por: Autor de Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales.

Por la diferencia de atención para hombres y mujeres de acuerdo a las necesidades naturales intrínsecas, es pertinente conocer el total de personas discapacitadas por género (masculino y femenino) con el propósito de estimar el crecimiento para el periodo 2014 – 2020.

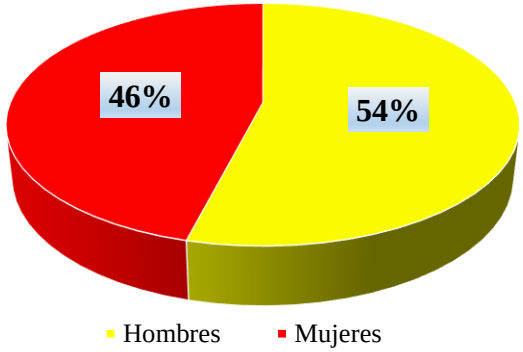
Tabla 13. Distribución por género (provincias) – personas discapacitadas. Año: 2013 (Ref. Tabla. 12)

Provincia	Auditiva		Física		Intelectual		Lenguaje		Psicológico		Visual		Total	
	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F	M	F
Azuay	1424	1160	6849	7832	2577	2358	184	172	360	282	1574	1290	**12968**	**13094**
Bolivar	548	452	1275	996	693	560	81	75	94	67	503	348	**3194**	**2498**
Cañar	436	389	1531	1463	755	789	104	80	136	144	438	257	**3400**	**3122**
Carchi	608	425	1068	1226	519	385	44	31	124	121	280	269	**2643**	**2457**
Chimborazo	1294	1194	2555	2662	1600	1359	82	83	86	60	658	534	**6275**	**5892**
Cotopaxi	737	624	2181	1833	1093	978	165	118	109	84	708	458	**4993**	**4095**
El Oro	882	720	4832	3313	2942	2471	97	69	389	375	1130	726	**10272**	**7674**
Esmeraldas	511	483	3533	2411	1808	1749	118	120	123	173	975	658	**7068**	**5594**
Galapagos	17	15	68	58	73	34	2	0	8	9	21	9	**189**	**125**
Guayas	4695	3856	22974	15955	11508	8906	591	311	1580	1286	5805	3231	**47153**	**33545**
Imbabura	1198	1036	2329	1909	953	811	81	62	178	161	659	381	**5398**	**4360**
Loja	833	720	2763	2263	2272	1926	102	52	336	284	858	644	**7164**	**5889**
Los Rios	699	532	6017	3865	2073	1672	148	102	214	173	1153	576	**10304**	**6920**
Manabí	1845	1604	13066	10429	3213	2599	184	94	1755	1484	3368	2308	**23431**	**18518**
Morona Santiago	180	156	1093	771	504	463	60	55	90	79	385	257	**2312**	**1781**
Napo	293	199	969	766	450	401	83	52	34	41	277	199	**2106**	**1658**
Orellana	275	176	1441	725	415	346	72	43	97	89	582	343	**2882**	**1722**
Pastaza	192	142	626	452	320	264	14	14	48	31	199	125	**1399**	**1028**
Pichincha	4193	3759	12759	10863	6136	4986	415	297	1232	1057	3534	2449	**28269**	**23411**
Santa Elena	497	472	2608	1971	1143	934	53	31	84	78	494	315	**4879**	**3801**
Sto. Domingo de los Tsáchilas	518	455	2968	2101	1053	918	55	48	201	200	671	449	**5466**	**4171**
Sucumbíos	310	200	1429	858	637	481	51	27	101	77	432	256	**2960**	**1899**
Tungurahua	1067	989	2204	2044	1266	1236	99	73	184	137	522	408	**5342**	**4887**
Zamora Chinchipe	216	181	911	648	454	367	44	21	48	47	216	150	**1889**	**1414**
Total	**23468**	**19939**	**98049**	**77414**	**44457**	**36993**	**2929**	**2030**	**7611**	**6539**	**25442**	**16640**	**201956**	**159555**

Nota. Estadísticas CONADIS 2013 – número de personas con discapacidad distribuidas por género.
Elaborado por: CONADIS 2013.

Conocidos estos datos, ajustándolos al estudio, es necesario determinar la distribución por género de personas con discapacidad física de la ciudad de Quito:

Porcentajes distribución por género - personas con discapacidad física D.M. Quito. Año: 2013

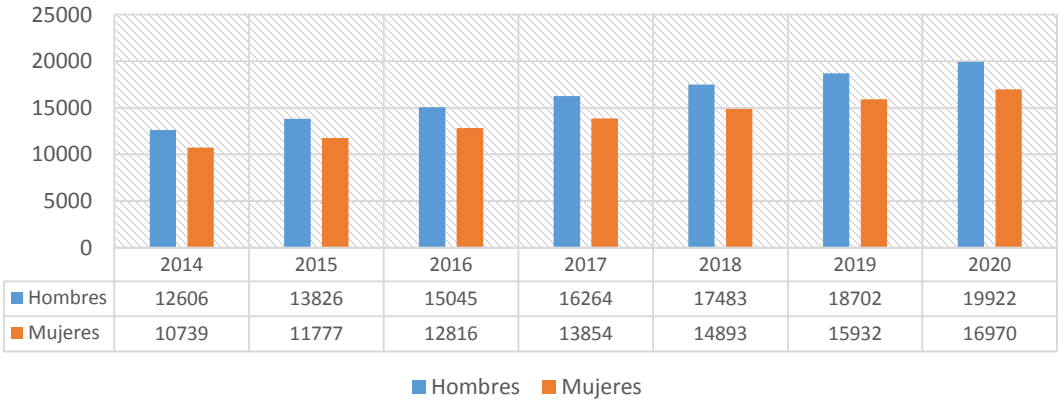


Hombres	11433
Mujeres	9740
Total	**21173**

Figura 23. Distribución por géneros Personas con Discapacidad Física – D.M. Quito. Año: 2013
Fuente: Estadísticas CONADIS – 2013
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Proyectando el total de hombres y mujeres para el periodo 2014 – 2020, se obtienen los siguientes resultados:

Proyección personas con discapacidad física - distribuidas por género. D.M. Quito (2014 - 2020)



	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Hombres	12606	13826	15045	16264	17483	18702	19922
Mujeres	10739	11777	12816	13854	14893	15932	16970

Figura 24. Total de personas con discapacidad física por Género D.M. Quito (Proyección: 2014 – 2020)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

La figura 24 muestra que hay más hombres que mujeres con discapacidad física, teniendo como media de crecimiento 1219 hombres y 1038 mujeres por año. Sin embargo el personal de la entidad deberá estar capacitado en atención diferenciada por las necesidades físicas y biológicas de cada sexo, ya que el mercado es homogéneo.

Microsegmentación:

Es necesario precisar el número de personas con discapacidad física mayores y menores de edad, en vista que los primeros están facultados por ley trabajar.

En el año 2013, la provincia de Pichincha y el cantón Quito presentan los siguientes datos:

Tabla 14. Total de personas con discapacidad física (Pichincha – Quito) por edad. Año 2013

Rango	Pichincha	Quito
Menores de Edad (0 -18)	2226	1995
Mayores de Edad (18 en adelante)	21396	19178
Total	**23622**	**21173**

Nota. Estadísticas CONADIS – 2013
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

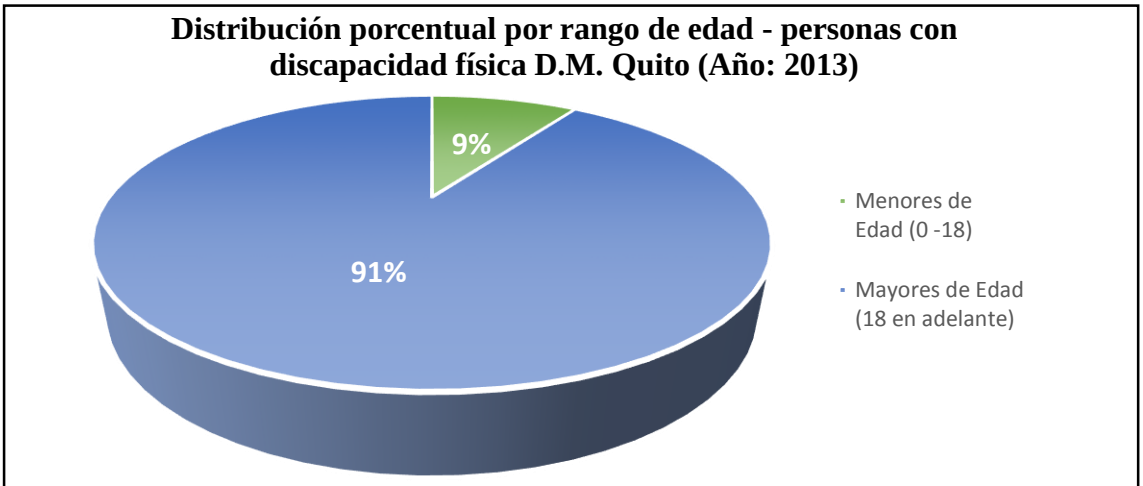


Figura 25. Porcentaje de ciudadanos con discapacidad física – Mayores y Menores de edad. DMQ – 2013.
Fuente: Estadísticas CONADIS – 2013
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

El mercado de personas con discapacidad física del Distrito Metropolitano de Quito, presenta un 91% de individuos mayores de edad contra el 9% que son menores de 18 años.

Por tanto, el grueso de consumidores de servicios turísticos de la entidad son hombres y mujeres con problemas en miembros motrices mayores de 18 años.

La investigación requiere especificar el crecimiento de los individuos con discapacidad física en edad apta para trabajar (18 – en adelante) para el periodo 2014 – 2020 residentes en Quito, tal como se determina a continuación:

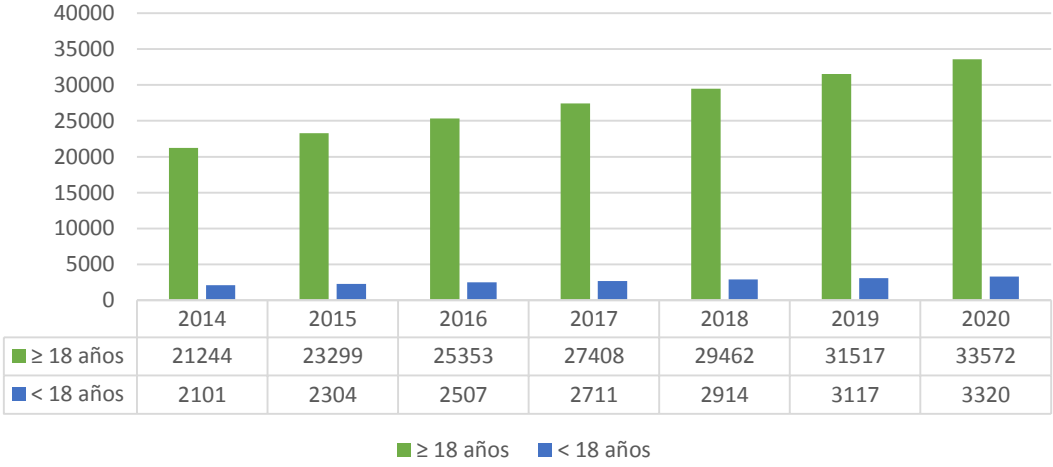


Figura 26. Crecimiento estimado de personas con discapacidad física por edad. DMQ: 2014 – 2020.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

La figura 26 muestra a 21244 personas discapacitadas físicamente, mayores de edad, como mercado total para el 2014 (año cero de operaciones) y 33572 para el 2020 (sexto año de operaciones), teniendo una media de crecimiento de 2055 mayores de edad por año.

Para la determinación de precios (Capítulo 4), es necesario conocer la inserción laboral de las personas discapacitadas tanto en el sector público y privado.

Tabla 15. Personas con discapacidad insertadas laboralmente en instituciones del Sector Público con sede en Quito - Año 2012

N°	Institución	Total empleados	Total Personas con discapacidad	Porcentaje
1	Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades	76	14	18%
2	Ministerio de Finanzas	445	25	6%
3	Ministerio de Recursos Naturales no Renovables	308	14	5%
4	Fuerza Terrestre - Ejército Ecuatoriano	1399	58	4%
5	Ministerio Coordinador de los Sectores Estratégicos	75	3	4%
6	Consejo Nacional de Sustancias Estupefacientes y Psicotrópicas	320	11	3%
7	Contraloría General del Estado	2122	72	3%
8	Ministerio de Desarrollo Urbano y Vivienda	1032	35	3%
9	Conjunto Nacional de Danza	31	1	3%
10	Programa Aliméntate Ecuador	224	7	3%
11	Secretaría de Pueblos, Movimientos Sociales y Participación Ciudadana	194	6	3%
12	Programa de Protección Social	200	6	3%
13	Instituto Nacional de Investigación Geológico Metalúrgico	109	3	3%
14	Secretaría de Hidrocarburos	111	3	3%
15	INEN	114	3	3%
16	Ministerio de Coordinación de la Política y Gobiernos Autónomos Descentralizados	158	4	3%
17	Unidad Nacional de Almacenamiento	161	4	2%
18	Consejo de Participación Ciudadana y Control Social	363	9	2%
19	Ministerio de Electricidad y Energía Renovable	247	6	2%
20	Ministerio de Transporte y Obras Públicas	2225	54	2%
21	Ministerio de Inclusión Económica y Social	765	18	2%

N°	Institución	Total empleados	Total Personas con discapacidad	Porcentaje
22	Secretaría Nacional de Gestión de Riesgos	518	11	2%
23	Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas	204	4	2%
24	Consejo Nacional de la Niñez y Adolescencia	102	2	2%
25	Ministerio de Cultura	568	11	2%
26	Ministerio de Turismo	525	10	2%
27	Fuerza Aérea Ecuatoriana	1432	26	2%
28	Ministerio del Ambiente	1197	20	2%
29	Junta Nacional de Defensa del Artesano	120	2	2%
30	Agencia de Regulación y Control Minero	132	2	2%
31	Secretaría Nacional de Transparencia de Gestión	138	2	1%
32	Ministerio de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información	154	2	1%
33	Ministerio de Industrias y Productividad	331	4	1%
34	Agencia Ecuatoriana de Aseguramiento de la Calidad del Agro	770	9	1%
35	Ministerio del Interior	3908	45	1%
36	Ministerio de Defensa	275	3	1%
37	Dirección de Movilización del Comando Conjunto de las Fuerzas Armadas	257	2	1%
38	Ministerio de Relaciones Laborales	1217	9	1%
39	Hospital General de las Fuerzas Armadas	1171	8	1%
40	Instituto Nacional de la Meritocracia	32	0	0%
41	Corte Constitucional	211	0	0%
TOTAL		**23941**	**528**	

Nota. Toapanta, J. y Germán, R. (2012). Estadísticas Ministerio de Relaciones Laborales 2012.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

Los datos ordenados por entidad con mayor número de empleados con discapacidad, quedan demostrados de la siguiente manera:

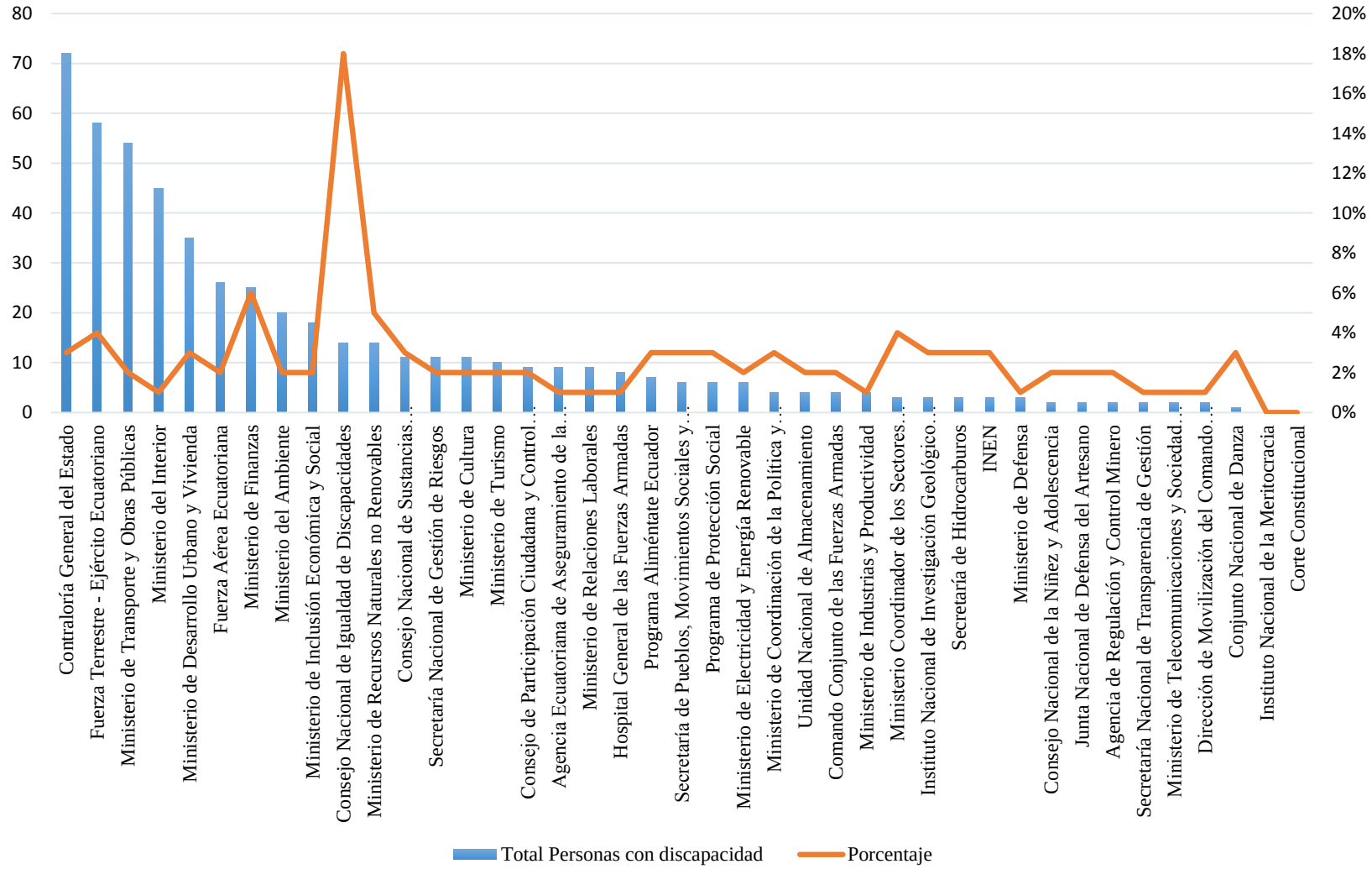


Figura 27. Ranking de entidades públicas con sede en Quito por número de empleados con discapacidad
Fuente: Estadísticas Toapanta, J. y Germán, R. (2012) – MRL 2012.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Datos estadísticos de servidores privados con discapacidad, en la provincia de Pichincha y la Ciudad de Quito:

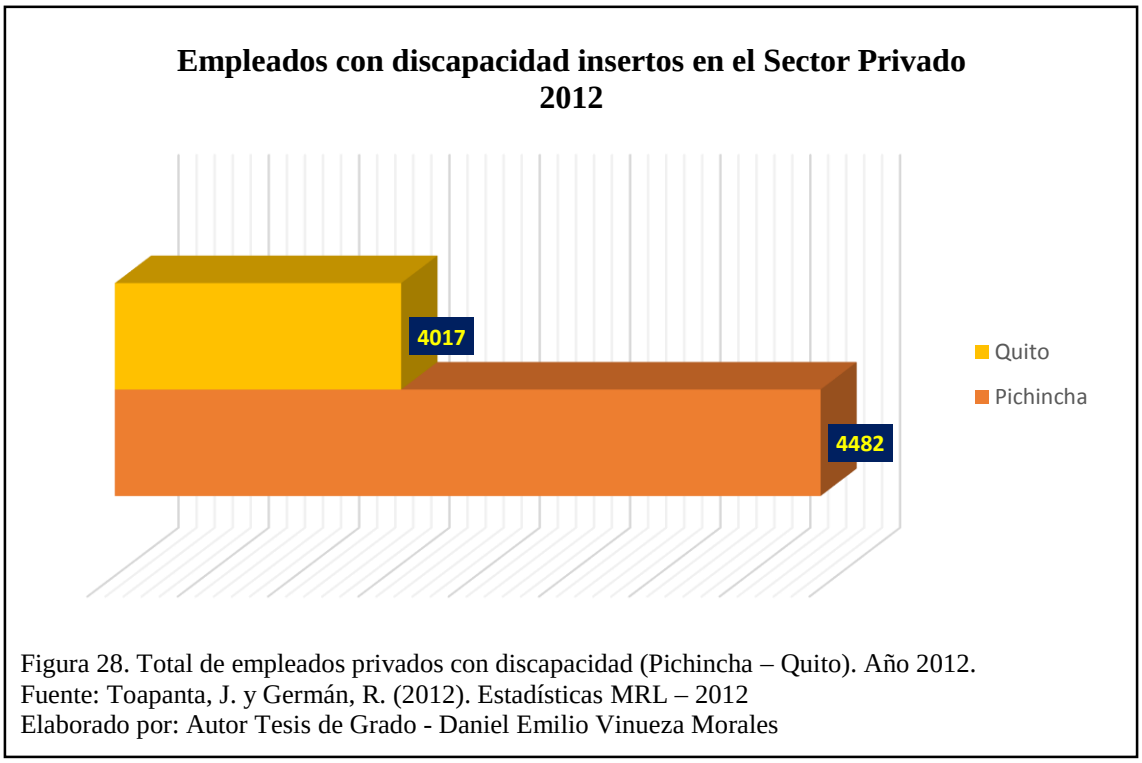


Figura 28. Total de empleados privados con discapacidad (Pichincha – Quito). Año 2012.
Fuente: Toapanta, J. y Germán, R. (2012). Estadísticas MRL – 2012
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Compactando estos datos, se obtiene:

Tabla 16. Número de Personas según el tipo de discapacidad insertadas en el mercado laboral – Sector Público y Privado – D.M. Quito. Año 2012

Sector	Total	Físic.	%	Audit.	%	Intelec.	%	Leng. – Psicológ.	%	Vis.	%
Público	**528**	327	62%	74	14%	21	4%	16	3 %	90	17%
Privado	**4017**	2491	62%	562	14%	161	4%	121	3 %	683	17%
TOTAL		**2818**		**636**		**182**		**137**		**773**	

Nota. Toapanta, J. y Germán, R. (2012). Estadísticas MRL – 2012.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Visualizada las estadísticas, la promoción de tours debe ser realizado con mayor énfasis en entidades privadas, debido a que el 88% de personas con discapacidad física que laboran en Quito pertenecen a este sector.

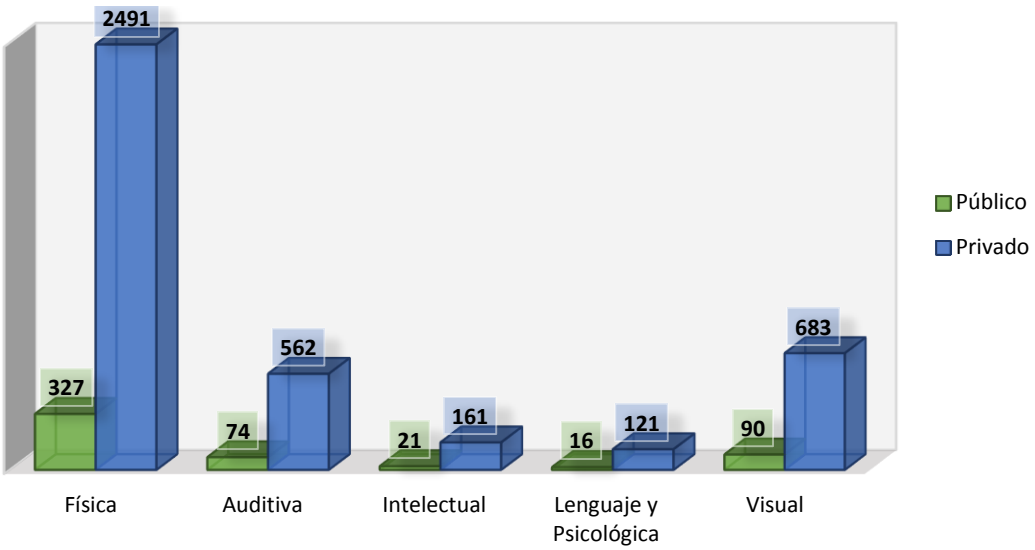


Figura 29. Inserción laboral de personas con discapacidad. Sectores público y privado. Año 2012.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

La figura anterior indica que el 88%; es decir, 2491 de 2818 personas con discapacidad física de Quito en relación de dependencia, laboran en entidades privadas, mientras que el 12% (327) trabajan en el sector público.

Establecido el número de personas en relación de dependencia, es importante señalar la proyección para el periodo 2013 – 2020. (Base: Estadísticas 2009 – 2012).

Tabla 17. Inserción de personas con discapacidad en el mercado laboral (2009 – 2012)

Año	Privado	Público	Total
2009	878	115	**993**
2010	22	3	**25**
2011	1203	164	**1367**
2012	4017	528	**4545**

Nota. Estadísticas Ministerio de Relaciones Laborales 2012. Dirección de Relaciones Institucionales.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

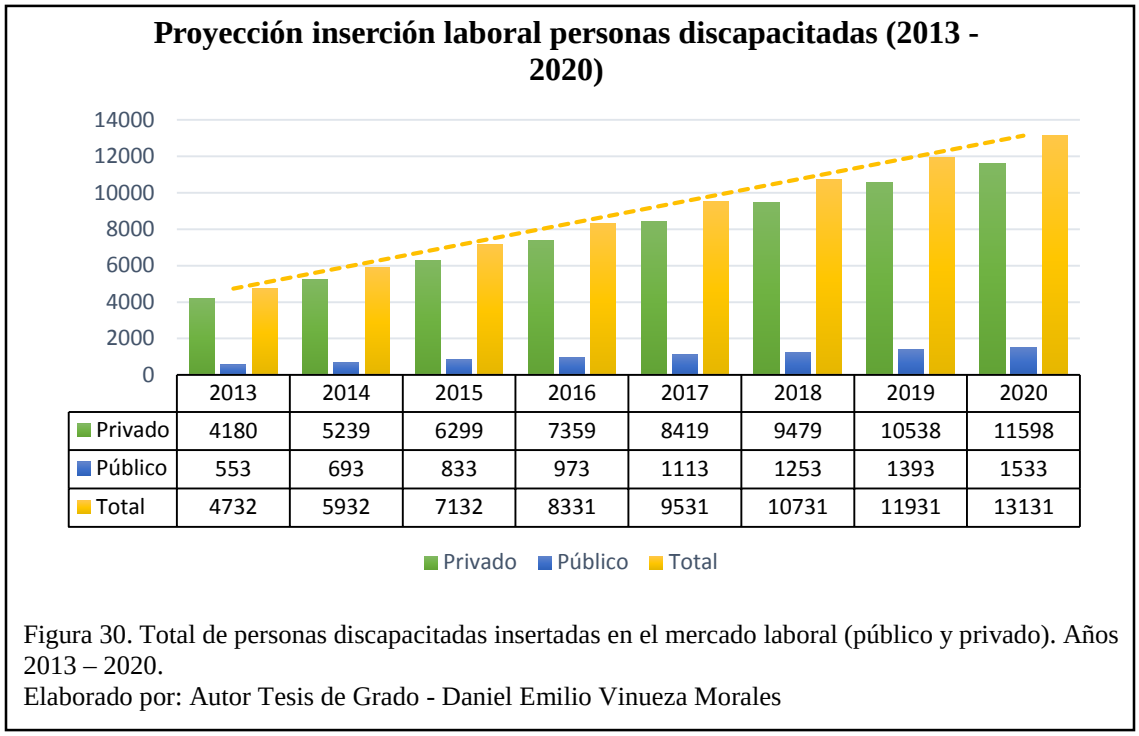


Figura 30. Total de personas discapacitadas insertadas en el mercado laboral (público y privado). Años 2013 – 2020.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Se aprecia una tendencia de crecimiento sostenida, en la que para el sexto año (2020) habrá duplicado la inserción laboral de personas discapacitadas tanto en el sector público como privado respecto al primer año de actividades (2015).

Tabla 18. Proyección poblacional personas mayores a 50 años. Provincia de Pichincha (2013 – 2020)

Rango	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
50 – 54	134401	138829	143159	147419	151640	155867	160139	164521
55 – 59	110255	114913	119572	124187	128730	133172	137510	141752
60 - 64	86390	90422	94604	98914	103323	107799	112316	116834
65 - 69	65890	68981	72212	75588	79126	82827	86688	90692
70 - 74	48374	50613	52984	55485	58118	60875	63759	66774
75 - 79	33612	34944	36420	38039	39784	41655	43639	45740
80 y más	40671	41129	41819	42725	43840	45165	46700	48435
Total	**519593**	**539831**	**560770**	**582357**	**604561**	**627360**	**650751**	**674748**
Total Población	2835373	2891472	2947627	3003799	3059971	3116111	3172200	3228233
Porcentaje	**18,33%**	**18,67%**	**19,02%**	**19,39%**	**19,76%**	**20,13%**	**20,51%**	**20,90%**

Nota. Estadísticas CONADIS 2013, MRL 2012. Proyecciones poblacionales INEC (2010 - 2020)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 19. Proyección (2013 - 2020): demanda de personas sin discapacidad del DMQ

Año	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Población de Quito	2458900	2505344	2551721	2597989	2644145	2690150	2735987	2781641
Población Discapacitada de Quito	21173	23345	25603	27860	30119	32376	34634	36892
= Población sin discapacidad DMQ	2437727	2481999	2526118	2570129	2614026	2657774	2701353	2744749
* Porcentaje	18,33%	18,67%	19,02%	19,39%	19,76%	20,13%	20,51%	20,90%
= Total	**446723**	**463383**	**480580**	**498280**	**516455**	**535084**	**554161**	**573693**

Nota. Estadísticas CONADIS 2013, MRL 2012, Proyecciones Poblacionales INEC (2010 - 2020)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

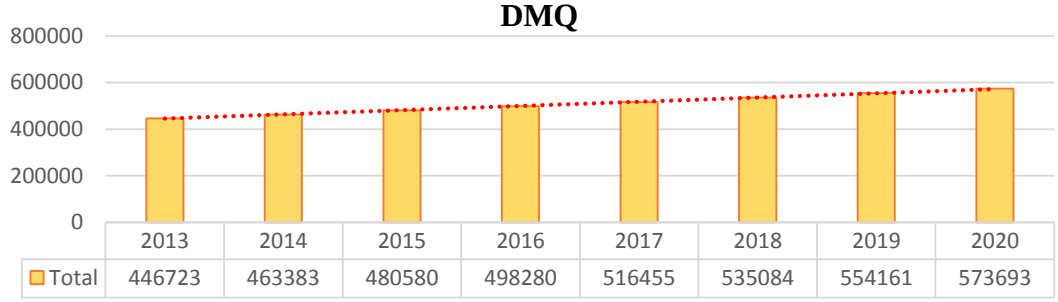


Figura 31. Proyección demanda personas sin discapacidad y con aflicciones motrices menores. Segmento de 50 años en adelante.
Fuente: Estadísticas CONADIS 2013, MRL 2012. Proyecciones poblacionales INEC (2010 - 2020)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 20. Segmento de mercado utilizado para el desarrollo del estudio. Base - año 2013

Total Población del Distrito Metropolitano de Quito	2’458.900
Total Población con Discapacidades D.M. Quito.	46.000
Total Población con Discapacidad Física D.M. Quito.	21.173
Total Población con Discapacidad Física D.M. Quito. Mayor de Edad.	19.178
Total Población con Discapacidad Física D.M. Quito. Menor de Edad.	1.995
Total Población con Discapacidad Física D.M. Quito. Mujeres.	9.740
Total Población con Discapacidad Física D.M. Quito. Hombres.	11.433
Total Población con Discapacidad Física D.M. Quito, insertada en el mercado laboral.	4.732
Segmentos de la Población no atendidos que requieren este servicio. (Población de 50 años – en adelante).	446.723

Fuente: Estadísticas CONADIS 2013, MRL 2012. Proyecciones poblacionales INEC (2010 - 2020)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

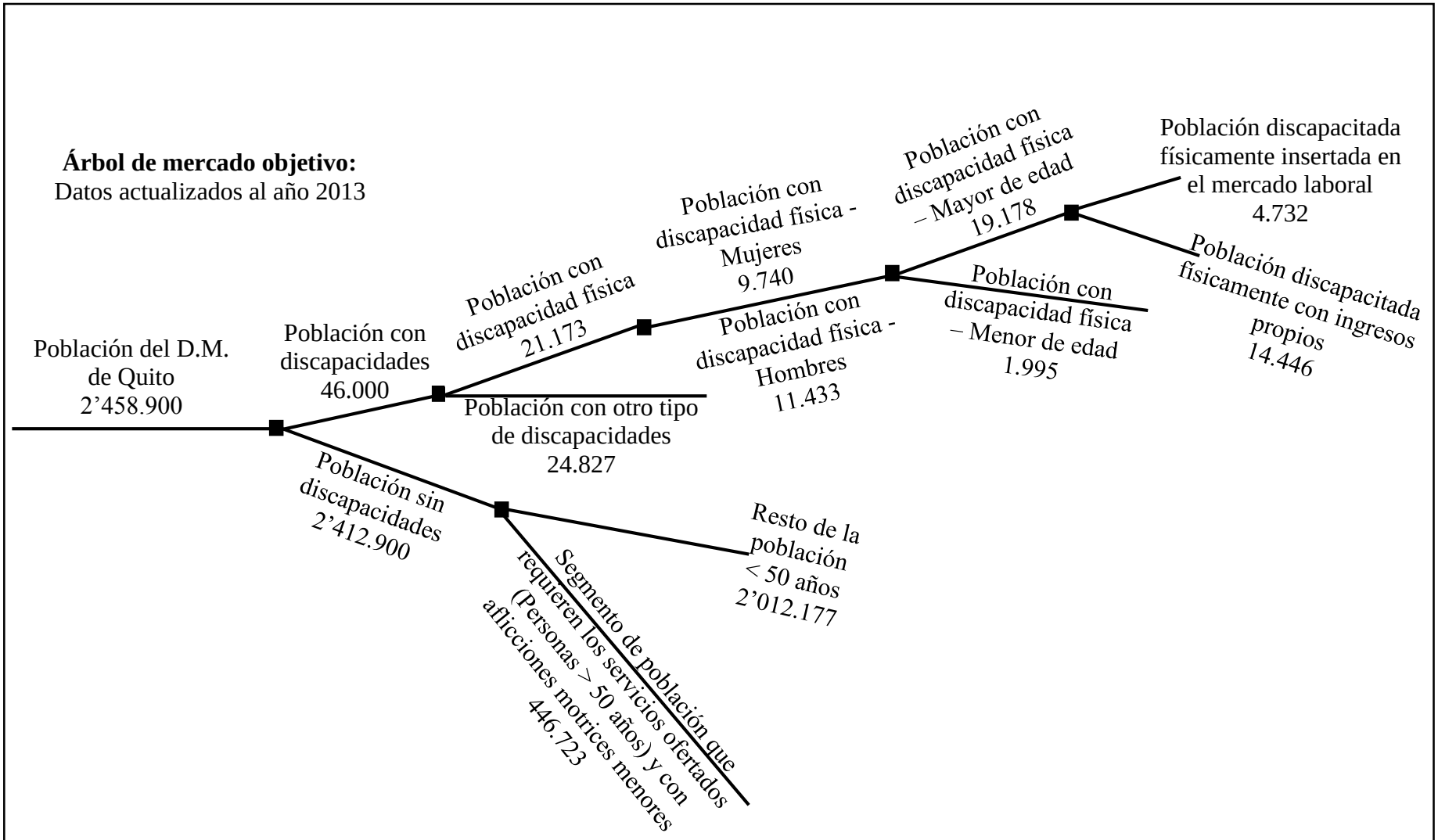


Figura 32. Árbol Mercado Objetivo
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales.

3.1.2. Estudio de campo

Para profundizar el análisis del segmento de mercado, es prioritario realizar una encuesta que englobe ponencias sobre servicio, calidad, gustos y preferencias que deben tener los servicios que ofrezca la empresa de turismo inclusivo.

La investigación plantea tres segmentos de mercado principales como posibles usuarios de los servicios que oferte la EOTIPDF:

a) Personas con discapacidad física.
b) Ciudadanos que no tienen discapacidad crónica pero presentan aflicciones menores.
c) Familiares de estos grupos.

Para determinar el número de personas que deben ser encuestadas, se utiliza la ecuación del tamaño de muestra que se obtiene bajo el modelo de distribución normal o gaussiana. Esta fórmula basa su accionar en el nivel de confianza y error que muestre el estudio.

A continuación se indica la ecuación del tamaño de muestra:

$$n = \frac{N * z^2 * P * Q}{z^2 * P * Q + (N - 1) * E^2}$$

Donde:

N = Tamaño total de la Población.

n = Tamaño de la muestra.

P = Probabilidad positiva.

Q = Probabilidad negativa (1-P)

z = Valor obtenido de la tabla de distribución normal "z" de acuerdo al nivel de confianza.

E = Error muestral.

Aplicándolo en la investigación sería:

N = 467896

Nivel de Confianza: 95%, por tanto z = 1,96

E = 0,05

P = 0,50

Q = (1-P) entonces (1 – 0,50) = 0,50

$$n = \frac{467896 * 1{,}96^2 * 0{,}50 * 0{,}50}{1{,}96^2 * 0{,}50 * 0{,}50 + (467896 - 1) * 0{,}05^2}$$

$$n = \frac{449367{,}32}{0{,}9604 + 1169{,}74} = \frac{449367{,}32}{1170{,}70} = 383{,}84 \sim 384$$

Del resultado obtenido, es necesario efectuar trescientas ochenta y cuatro encuestas, en las que se obtiene un 95% de confiabilidad que los resultados son reales contra un 5% de margen de error en el muestreo.

Para la consecución de la investigación de campo, se plantea dos clases de encuesta:

1) **Tipo "A":** dirigida a conocer las necesidades y preferencias de las personas con discapacidad física. (60% de los encuestados, total 245 personas).

2) **Tipo "B":** orientada al estudio de los gustos, exigencias de hombres y mujeres con aflicciones menores, familiares de ciudadanos con discapacidad física, adultos mayores y jubilados. (40% de los encuestados, total 140 personas)

Encuesta Tipo "A"

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO – CAMPUS EL GIRÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

A

ENCUESTA

Edad: _____
Género: _____
Nivel de Ingresos: USD$ _____

El presente cuestionario tiene por finalidad conocer y determinar necesidades y requerimientos generales, que usted como posible usuario y cliente de la Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidades Físicas desearía recibir al adquirir un Paquete de Turismo diseñado para el confort de hombres y mujeres con problemas de salud que afecten partes motrices.

Su participación es valiosa dentro del desarrollo de la investigación para la consecución del Trabajo de Grado, por lo que le solicito responda con total sinceridad a las preguntas que se le realizan a continuación:

1. ¿Sabe usted de la existencia de empresas de turismo que brinden servicios exclusivos para la distracción de personas con discapacidad o problemas de afecciones motrices?
   Sí ____ (Pasar a la Pregunta 2)
   No ___ (Pasar a la Pregunta 5)

2. ¿Qué conoce de las empresas de turismo con servicios de distracción para personas discapacitadas? ¿Cuáles servicios cree que se podrían aumentar o mejorar? (Describa brevemente).
   _____
   _____

3. ¿Cuáles son los destinos turísticos nacionales que ofertan las empresas de turismo para personas discapacitadas?
   _____
   _____

4. ¿Cuál es el precio promedio de un tour que tienen las operadoras de turismo que usted conoce?
   Entre USD$ 5,00 a $ 20,00 _____
   Entre USD$ 21 a $50 _____
   Entre USD$ 51 en adelante _____

5. ¿Cree usted que es necesario la existencia de una empresa operadora de turismo inclusiva para personas con aflicciones motrices, que brinde servicios turísticos acorde a sus necesidades?
   Sí _____ (Pasar a las pregunta 6 y 7)
   No_____ (Fin de la entrevista)

6. ¿Tendría algún inconveniente si dentro del grupo de personas participantes del tour, se incluyen a personas sin ningún tipo de discapacidad?
   Sí _____
   No ____

7. Dentro de los servicios detallados a continuación, indique dos servicios que usted cree que son los más importantes al momento de adquirir un paquete turístico:

   a) Transporte adecuado para el ingreso en sillas de ruedas, muletas, elementos de apoyo motriz: _____
   b) Recurso humano especializado en el tratamiento de personas con aflicciones motrices. (Médico, enfermera, asistente). _____
   c) Infraestructura adecuada para el recibimiento de personas con problemas en miembros motrices. _____
   d) Dieta alimentaria: _____

8. Dentro del tour. ¿Cuál sería el atractivo turístico que preferiría visitar?
   Playa _____
   Centros de diversión (bar, discoteca, bailoterapia) _____
   Aguas termales _____
   Turismo ecológico (bosque, animales, cascadas) _____

9. ¿Con qué frecuencia usted realiza viajes de turismo?
   Una vez al mes _____
   Una vez cada seis meses _____
   Una vez al año _____

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN
FIN DE LA ENTREVISTA

Encuesta Tipo "B"

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO – CAMPUS EL GIRÓN
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ENCUESTA

B

Edad: _____
Género: _____
Nivel de Ingresos: USD$ _____

El presente cuestionario tiene por finalidad conocer y determinar necesidades y requerimientos generales, que usted como posible usuario y cliente de la Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidades Físicas desearía recibir al adquirir un Paquete de Turismo diseñado para el confort de hombres y mujeres con problemas de salud que afecten partes motrices.

Su participación es valiosa dentro del desarrollo de la investigación para la consecución del Trabajo de Grado, por lo que le solicito responda con total sinceridad a las preguntas que se le realizan a continuación:

1. ¿Sabe usted de la existencia de empresas de turismo que brinden servicios exclusivos para la distracción de personas con discapacidad o problemas de afecciones motrices?
   Sí ____ (Pasar a la Pregunta 2)
   No ___ (Pasar a la Pregunta 5)

2. ¿Qué conoce de las empresas de turismo con servicios de distracción para personas discapacitadas? ¿Cuáles servicios cree que se podrían aumentar o mejorar? (Describa brevemente).
   _____
   _____

3. ¿Cuáles son los destinos turísticos nacionales que ofertan las empresas de turismo para personas discapacitadas?
   _____

4. ¿Cuál es el precio promedio de un tour que tienen las operadoras de turismo que usted conoce?
   Entre USD$ 5,00 a $ 20,00 _____
   Entre USD$ 21 a $50 _____
   Entre USD$ 51 en adelante _____

5. ¿Cree usted que es necesario la existencia de una empresa operadora de turismo inclusiva para personas con aflicciones motrices, que brinde servicios turísticos acorde a sus necesidades?
   Sí _____ (Pasar a las pregunta 6 y 7)
   No_____ (Fin de la entrevista)

6. ¿Tendría algún inconveniente si dentro del grupo de personas participantes del tour, se incluyen a personas con algún tipo de discapacidad?
   Sí _____
   No ____

7. Dentro de los servicios detallados a continuación, indique dos servicios que usted cree que son los más importantes al momento de adquirir un paquete turístico inclusivo de personas con discapacidad física:

   a) Transporte adecuado para el ingreso en sillas de ruedas, muletas, elementos de apoyo motriz: _____
   b) Recurso humano especializado en el tratamiento de personas con aflicciones motrices. (Médico, enfermera, asistente). _____
   c) Infraestructura adecuada para el recibimiento de personas con problemas en miembros motrices. _____
   d) Dieta alimentaria: _____

8. ¿Con qué frecuencia usted realiza viajes de turismo?
   Una vez al mes _____
   Una vez cada seis meses _____
   Una vez al año _____

9. Dentro del tour. ¿Cuál sería el atractivo turístico que preferiría visitar?
   Playa _____
   Centros de diversión (bar, discoteca, bailoterapia) _____
   Aguas termales _____
   Turismo ecológico (bosque, animales, cascadas) _____

GRACIAS POR SU PARTICIPACIÓN
FIN DE LA ENTREVISTA

a) Tabulación e interpretación

La información obtenida de fuente primaria en el estudio, permite determinar gustos, preferencias, demanda actual que tendría la EOTIPDF al momento de iniciar operaciones.

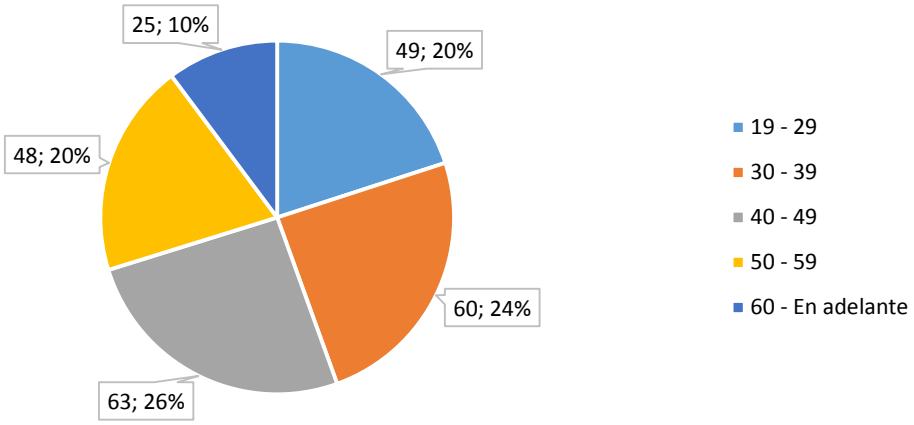
Como se mencionó anteriormente, el estudio de campo abarca el uso de encuestas a dos clases de grupos: personas con discapacidad física y ciudadanos con aflicciones menores, adultos mayores, familiares.

La encuesta Tipo "A", arroja los siguientes resultados:

1. La agrupación de datos se encuentra clasificada en cinco rangos de edad que son:

    - De 19 a 29 años.
    - 30 a 39 años.
    - 40 a 49 años.
    - 50 a 59 años.
    - 60 años en adelante.

El total de encuestados a los que se aplicó el formato "A" fue 245 personas con discapacidad física, distribuyéndose de la siguiente manera:



19 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - En adelante
49	60	63	48	25

Figura 33. Distribución personas encuestadas por rango de edades. Formato "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

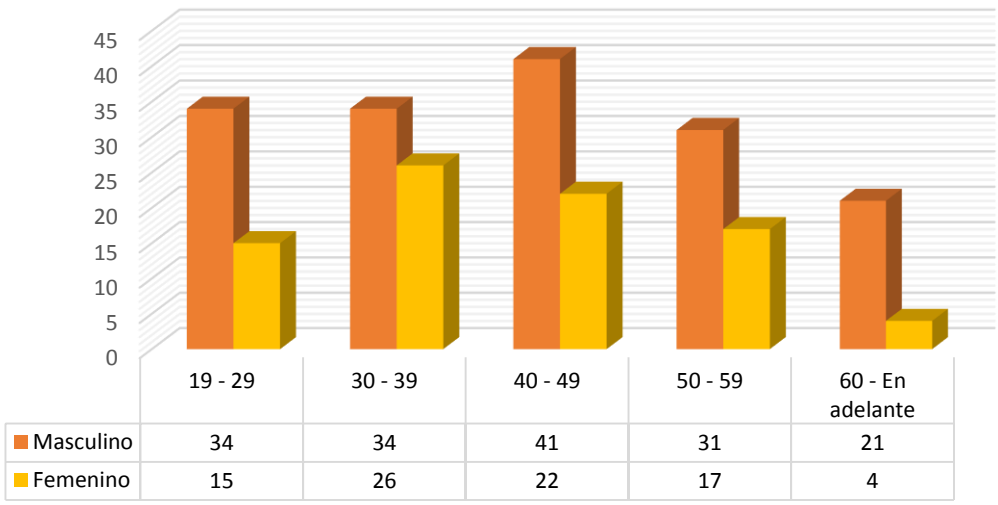
Se determina que la mayoría de personas con discapacidad física se sitúan entre 40 a 49 años de edad, representando el 26% (aproximadamente 6070) del total de personas residentes en el Distrito Metropolitano de Quito.

El muestreo indica datos de interés como:

a) Se puede afirmar que las personas con discapacidad física generalmente tienen entre 30 a 49 años, siendo el 50% (aproximadamente 11720) del total de residentes en la ciudad.
b) El total de discapacitados decae a partir de los 60 años debido al aumento de causas de muerte por avance de enfermedades en razón a:
    - Causas naturales.
    - Mayor ingesta de medicamentos.
    - Aplicación de medicación más fuerte.

- Aparición de nuevas afecciones crónicas – terminales.

2. El total de personas discapacitadas físicamente distribuidas por género, consta en la siguiente figura:



	19 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - En adelante
Masculino	34	34	41	31	21
Femenino	15	26	22	17	4

Figura 34. Distribución personas encuestadas por género. Formato "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Los datos estadísticos afirman que existen más hombres que mujeres con discapacidad física. De los 245 encuestados 161 son hombres y 84 mujeres, porcentualmente representan el 66% contra el 34%.

Si se compara con las cifras descritas en la figura 23, en la cual se determina que el 54% pertenecen al sexo masculino y 44% al femenino, difiere en un diez por ciento, algo relativamente pequeño debido al tamaño de la muestra.

En las figuras 33 y 34, se expone que en el segmento de edad con mayor cantidad de discapacitados físicos (40 a 49 años), existen 41 hombres contra 22 mujeres; es decir, se mantiene la tendencia general siendo 65% contra 35% respectivamente.

3. La clasificación de personas con discapacidad física por nivel de ingresos se visualiza:

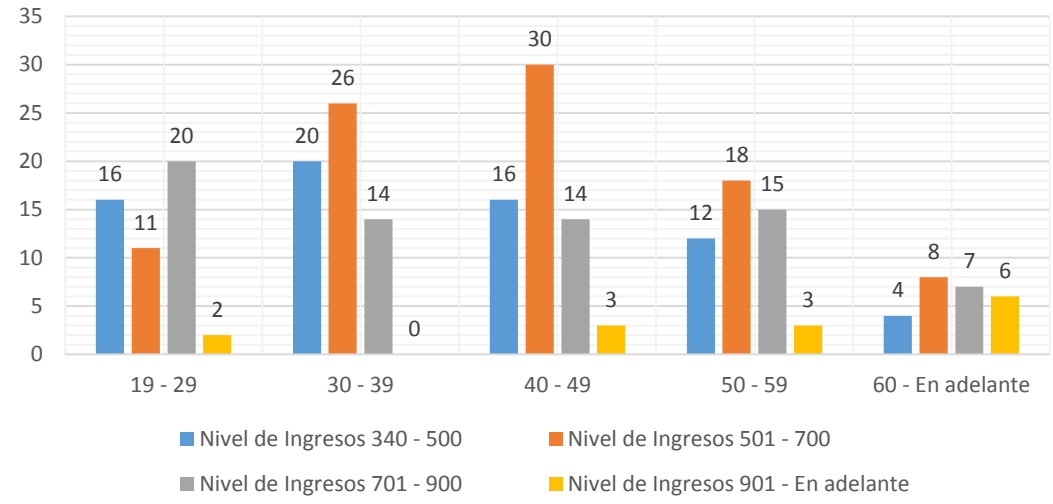


Figura 35. Distribución personas encuestadas por nivel de ingresos. Formato "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Se aprecia que la mayoría de personas con discapacidad física en promedio mantienen ingresos entre USD $500 a $700 mensuales, concentrándose principalmente en un nivel de edad entre 40 y 49, donde el 47,6% (30 personas), genera ingresos mensuales dentro de esta media.

Es importante señalar que la tendencia de ciudadanos discapacitados físicamente con ingresos entre USD $701 a $900 mensuales se mantiene estable en todas las edades con máximos entre 19 a 29 años y mínimos en el segmento de 60 años en adelante.

Esta propensión se explica debido a que las personas discapacitadas de 19 a 29 años actualmente tienen un mayor acceso a la educación respecto a las de 40 a 49; ya que en épocas pasadas existió una fuerte discriminación marginándoles de los estudios, derivando en que hombres y mujeres de aquella edad no puedan conseguir puestos de mayor jerarquía por falta en el nivel de escolaridad requerido para su desempeño.

Tabulación y análisis del cuestionario

Encuesta “A”

Con un total de 245 personas con discapacidad física encuestadas, se obtuvieron las siguientes conclusiones a las preguntas del cuestionario.

Pregunta 1 – encuesta Tipo “A”:

¿Sabe usted de la existencia de empresas de turismo que brinden servicios exclusivos para la distracción de personas con discapacidad o problemas de afecciones motrices?

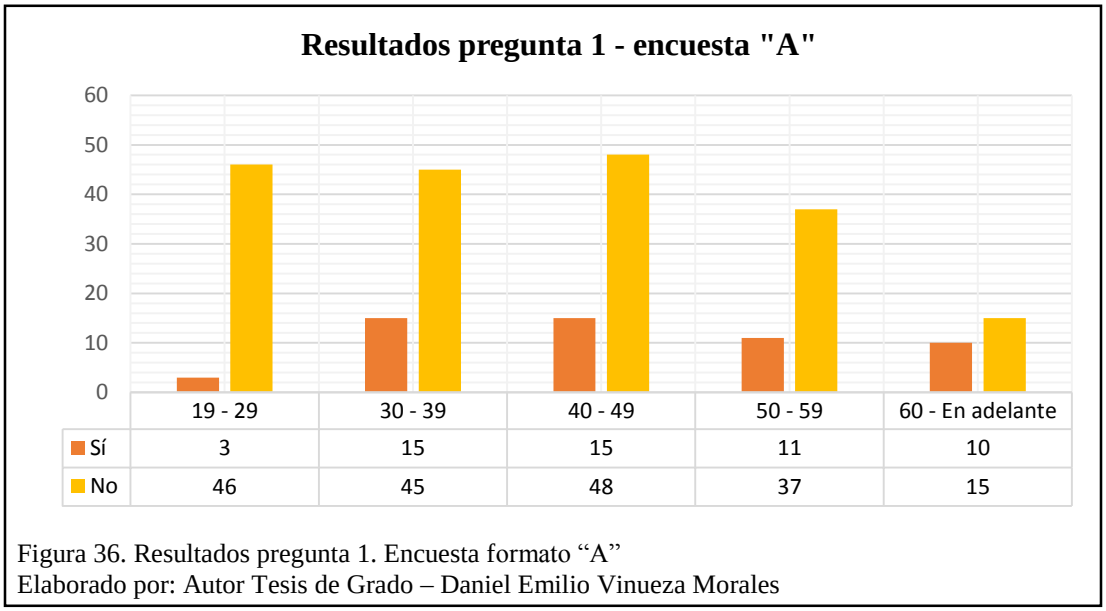


Figura 36. Resultados pregunta 1. Encuesta formato “A”
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Todos los rangos de edad, marcan una clara tendencia en el desconocimiento de la existencia de empresas de turismo con servicios para personas discapacitadas; es decir, acorde al conocimiento del conglomerado en general, el servicio que ofertaría la EOTIPDF es innovador, nuevo en el mercado ecuatoriano.

Respaldando numéricamente esta afirmación, se observa en las personas con edades entre 19 a 29 años un conocimiento del 6% (3 de 49) sobre el 94% (46 de 49) que desconocen la existencia de entidades u organizaciones que brinden los servicios que propone la EOTIPDF.

Para el rango entre 30 a 39 años, el 25% de los encuestados (15 de 60 personas), conoce la existencia de empresas de turismo para personas discapacitadas, mientras que el 75% (45 ciudadanos) lo ignora.

En las personas entre 40 a 49 años (segmento de mayor concentración), conocen un 24% (15 de 63 encuestados); mientras, el 76% (48 de 63) lo desconocen.

Para el rango del 50 a 59 años, se tiene que el 23% (11 de 48 personas) sabe que hay empresas de turismo con servicios para discapacitados; entretanto, el 77% (37 ciudadanos) no tienen conocimiento.

Las personas comprendidas desde los 60 años en adelante, son el grupo más equilibrado en tener conocimiento respecto a empresas que proporcionan servicios turísticos para discapacitados. El 40% de los encuestados (10 de 25) conoce la presencia de organizaciones en la ciudad, contra el 60% (15 de 25) que ignoran su existencia.

Pregunta 2 – encuesta Tipo "A":

¿Qué conoce de las empresas de turismo con servicios de distracción para personas discapacitadas? ¿Cuáles servicios cree que se podrían aumentar o mejorar? (Describa brevemente).

Existen diversas respuestas por parte de los encuestados respecto a los servicios turísticos para personas con discapacidad que conocen y cuales se podrían aumentar o mejorar; por tanto, para tabular es procedente clasificarlos de la siguiente forma:

1. Respuesta: en blanco.
2. Respuesta: no conoce.
3. Conocimiento de servicios turísticos contratados por Asociaciones de Jubilados.
4. Servicio que se puede aumentar y mejorar: guía turístico especializado en el trato de personas discapacitadas.
5. Servicio que se puede aumentar y mejorar: atención del personal y calidad en la prestación de servicios.
6. Servicio que se puede aumentar y mejorar: personal capacitado en el trato de personas con discapacidad física. (No discriminatorio, justo e igualitario).
7. Conocimiento relacionado al origen de las empresas de turismo competidoras.
8. Prestación que se puede mejorar: infraestructura adecuada (transporte, recepción en destino).
9. Servicio que se puede mejorar: métodos de rehabilitación incluidos en los tours.
10. Implementación de turismo ecológico para personas con discapacidad física.

Tabla 21. Tabulación de datos pregunta 2 – formato "A"

Respuesta	19 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - En adelante
En blanco	19	25	23	17	7
No conoce	23	15	16	10	3
Serv. Asociaciones de Jubilados Públicos	0	0	0	1	0
Servicio guía turístico	3	6	4	2	2
Atención	2	2	2	3	4
Personal capacitado	0	2	2	5	4
Origen de las empresas	0	2	3	2	2
Infraestructura adecuada	1	5	9	5	3
Métodos de rehabilitación	1	2	4	3	0
Turismo ecológico	0	1	0	0	0
Total encuestados	**49**	**60**	**63**	**48**	**25**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Por la variedad de opiniones, es oportuno realizar una comparación de resultados entre los distintos grupos de edades a través de figuras individuales que permitan establecer conclusiones.

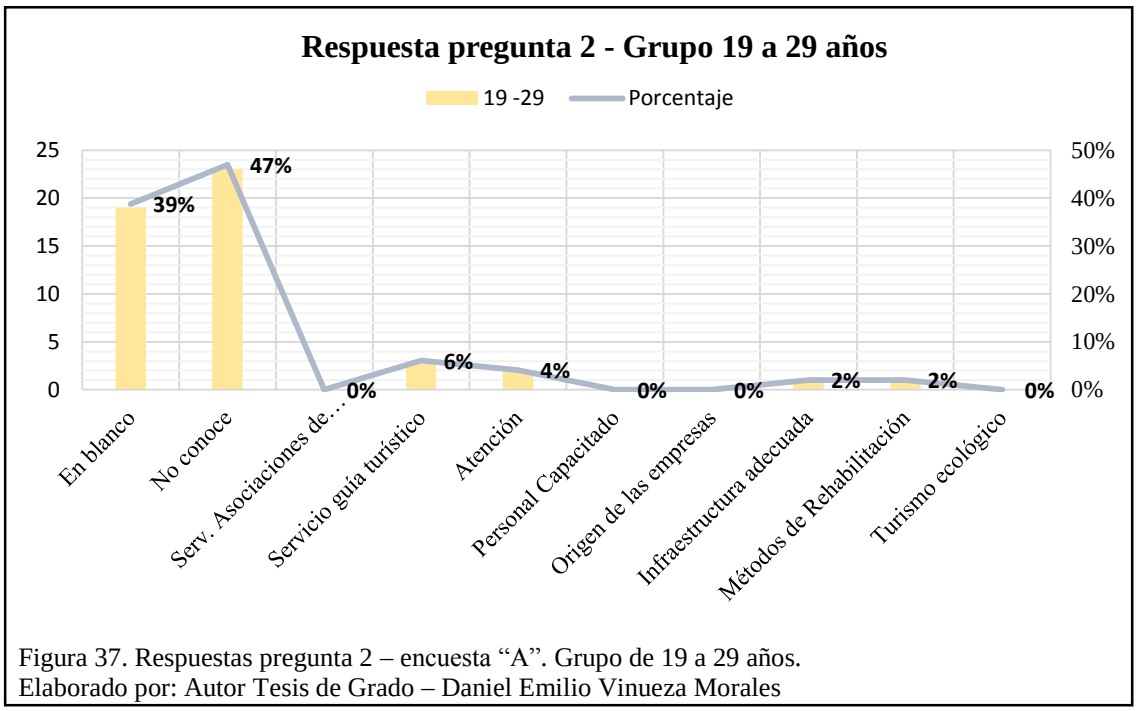


Figura 37. Respuestas pregunta 2 – encuesta "A". Grupo de 19 a 29 años.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

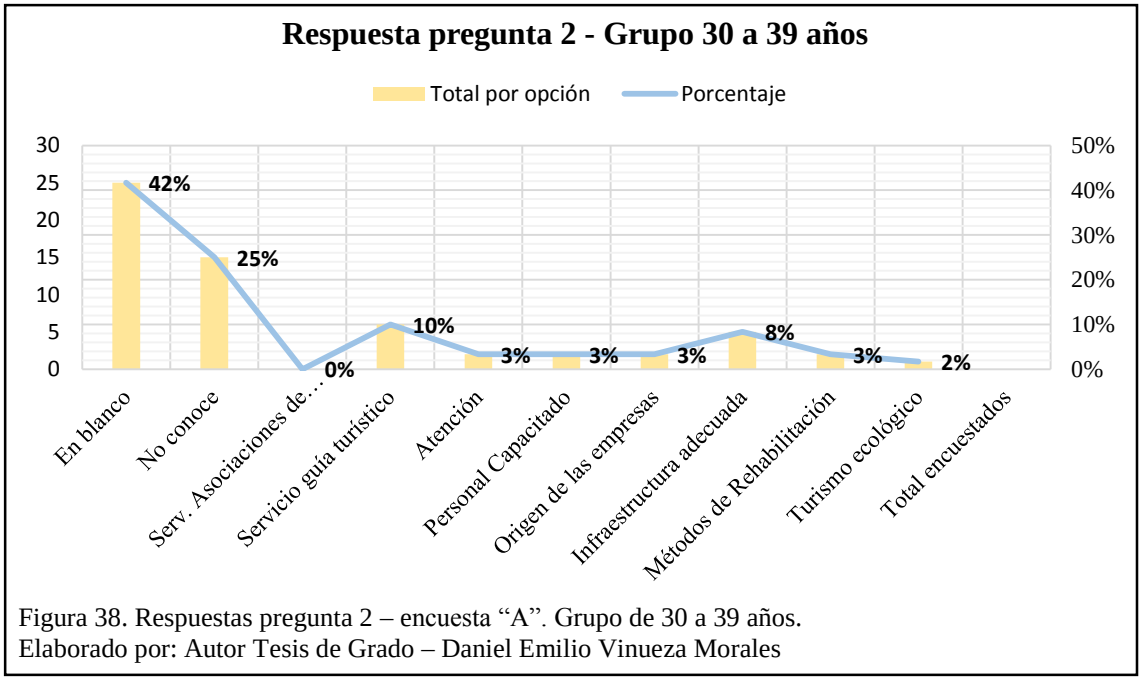


Figura 38. Respuestas pregunta 2 – encuesta "A". Grupo de 30 a 39 años.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

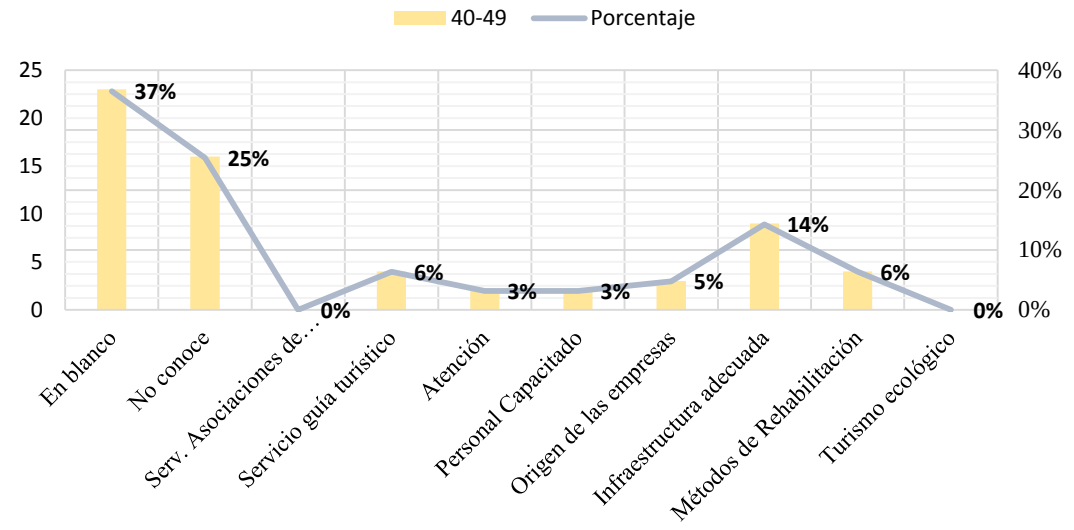


Figura 39. Respuestas pregunta 2 – encuesta "A". Grupo de 40 a 49 años.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

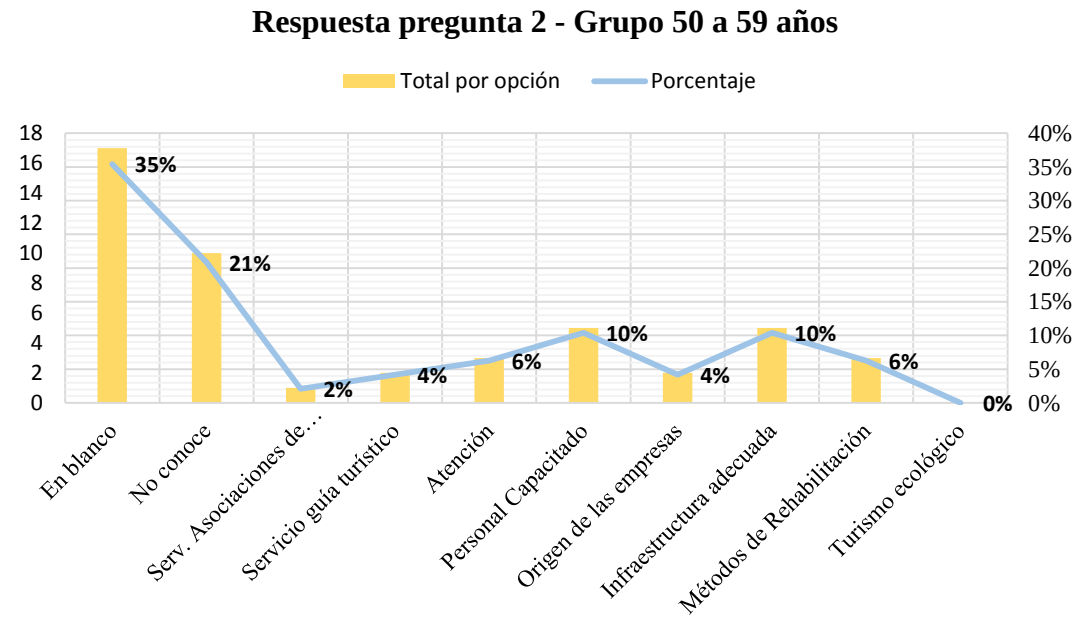


Figura 40. Respuestas pregunta 2 – encuesta "A". Grupo de 50 a 59 años.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

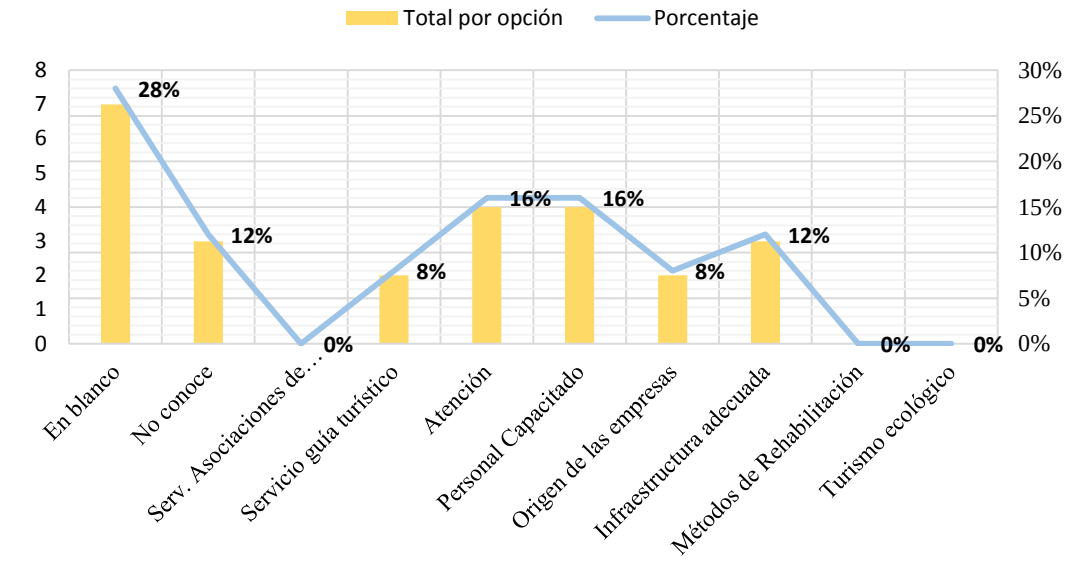


Figura 41. Respuestas pregunta 2 – encuesta "A". Grupo de 60 años en adelante.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Como muestran las figuras 36 a la 40, la mayor parte de personas con discapacidad física encuestadas desconocen la existencia de empresas de turismo que oferten servicios de distracción para ciudadanos con invalidez en miembros motrices. En promedio el 62,2% (152 de los 245 encuestados), no conoce la existencia de servicios turísticos para discapacitados o de empresas que los oferten, tal cual lo describen sus respuestas con frases alusivas a "No conozco", "No se" o simplemente la dejan en blanco.

Relacionando esta cifra con la población total de personas con discapacidad física residentes en el Distrito Metropolitano de Quito para el año 2014 (23345 – Ref. Figura 26) se diría aproximadamente que 14521 hombres y mujeres con discapacidad física ignoran la existencia de operadoras turísticas con servicios para este grupo de seres humanos.

3.1.2.1. Análisis demanda insatisfecha – segmento: personas con discapacidad física.

- **Segmento de mercado:** personas con discapacidad física residentes en el D.M.Q.

  Total: 23345 (Datos estadísticos proyectados al 2014).

- **Porcentaje:** segmento de mercado que desconoce sobre los servicios que ofertaría la EOTIPDF.

  Total: 62,2%.

- **Demanda insatisfecha:** 14521.

- **Demanda satisfecha:** 8824.

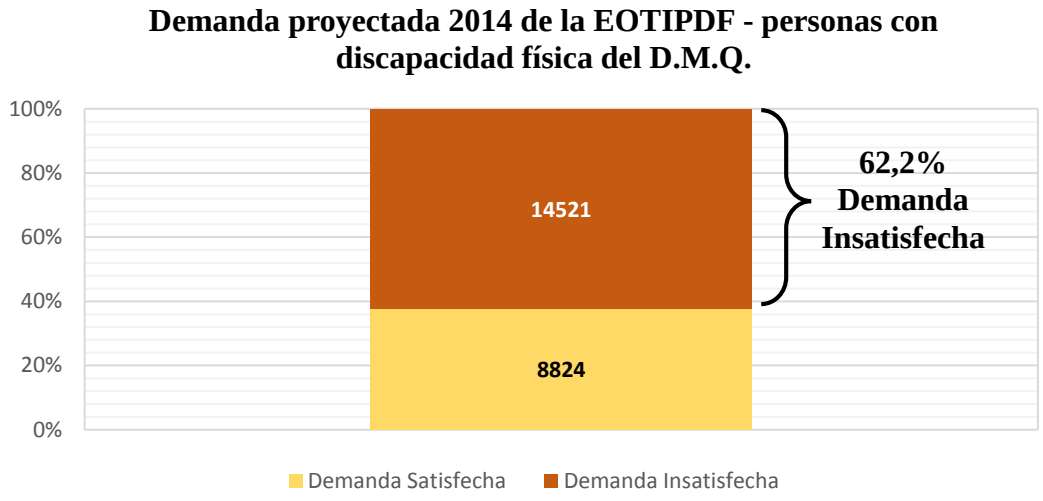


Figura 42. Respuestas pregunta 2 – encuesta "A". Determinación demanda insatisfecha.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Esta cifra es de vital importancia dentro del proyecto, ya que permite con claridad determinar hacia quienes se debe dirigir la promoción de los tours que oferte la EOTIPDF en el inicio de operaciones; es decir, el marketing de la compañía debe estar

orientado a captar clientela de las 14521 personas que desconocen el tipo de servicios que propone la entidad.

Pregunta 3 – encuesta Tipo "A":

¿Cuáles son los destinos turísticos nacionales que ofertan las empresas de turismo para personas discapacitadas?

Los 245 encuestados, en su mayoría coinciden que los destinos turísticos relacionados con aguas termales, playas, Amazonía, Galápagos, son los lugares preferidos por las operadoras naciones, algunas de las cuales inclusive realizan turismo fuera del país.

Las cifras obtenidas después de las entrevistas son:

Tabla 22. Resultados pregunta 3 – encuesta "A"

Respuesta	19 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - En adelante	Total
En blanco	19	29	24	17	7	**96**
No conoce	26	18	23	16	8	**91**
Relacionados a aguas termales	2	5	7	5	3	**22**
Viajes a la playa	2	6	7	6	3	**24**
Viajes a la Amazonía	0	1	2	0	1	**4**
Galápagos	0	0	0	3	2	**5**
Salidas fuera del país	0	1	0	1	1	**3**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

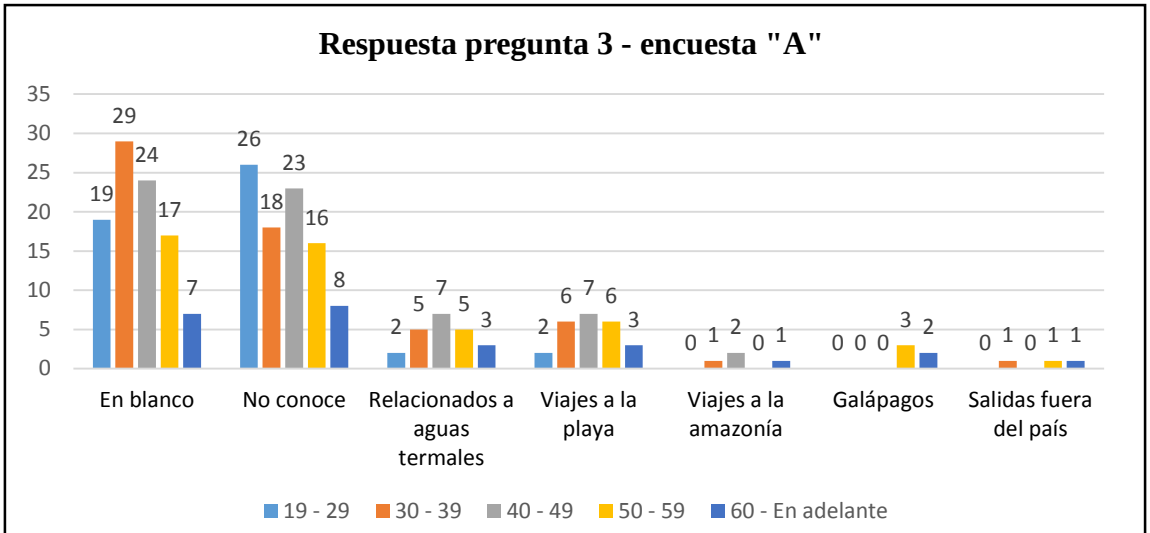


Figura 43. Respuestas pregunta 3 – encuesta "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Por el desconocimiento sobre servicios u operadoras de tours para personas discapacitadas, la mayoría de los encuestados (187 de 245, correspondiente al 76,32%) dejaron en blanco o no conocen los lugares que visitan empresas competidoras de la EOTIPDF.

Quienes tienen conocimiento de los destinos que visitan empresas existentes, coinciden que la mayoría son relacionados con visitas a la playa y atractivos costeros (24 respuestas).

En segundo lugar, destinos que tienen por atracción aguas termales (22 respuestas), por ejemplo: Papallacta, Cachimbiro, Baños de Agua Santa.

Finalmente, en los puestos 3 y 4, tenemos a Galápagos y el extranjero, con respuestas de 5 y 3 personas respectivamente.

Pregunta 4 – encuesta Tipo "A":

¿Cuál es el precio promedio de un tour que tienen las operadoras de turismo que usted conoce?

Entre USD$ 5,00 a $ 20,00 _____
Entre USD$ 21 a $50 _____
Entre USD$ 51 en adelante _____

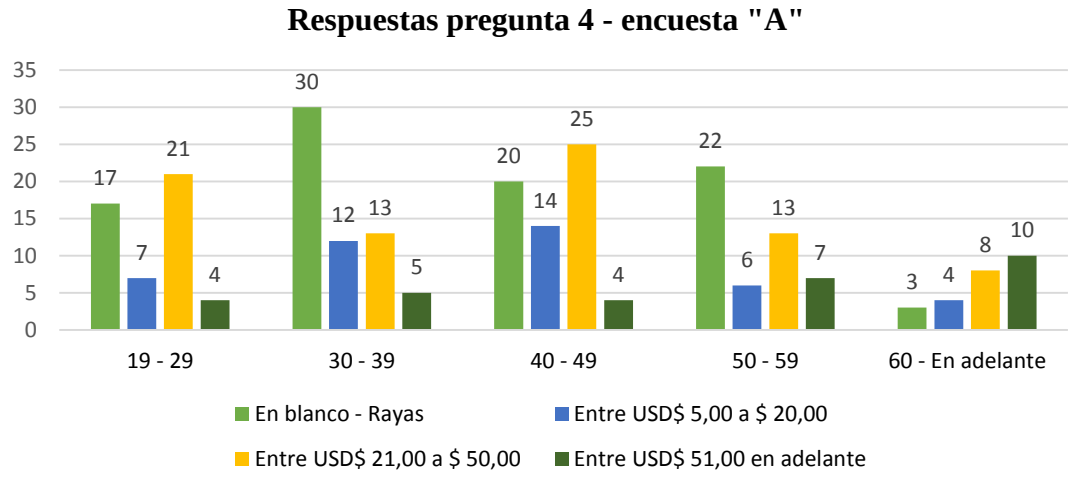


Figura 44. Respuestas pregunta 4 – encuesta "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

El grupo de encuestados entre 19 a 29 años (17 personas) en un 35% desconocen los precios de los tours operados por empresas competidoras, un 14% (7) indica que tienen un precio entre USD$ 5 a $ 20, el 43% (21) afirma que está entre USD $ 21 a $ 50 y el 8% restante (4) desde USD$ 51 en adelante.

Los encuestados con edades entre 30 a 39 años (60 personas) en un 50% (30) desconocen los precios de los tours operados por empresas competidoras, un 20% (12)

indica que tienen un precio entre USD$ 5 a $ 20, el 22% (13) afirma que está entre USD $ 21 a $ 50 y el 8% restante (5) desde USD$ 51 en adelante.

El conjunto de personas con 40 a 49 años (63 personas) manifiestan en un 32% (20) desconocer los precios de los tours operados por empresas competidoras, el 22% (14) indica que tienen un importe entre USD$ 5 a $ 20, un 40% (25) afirma que está entre USD $ 21 a $ 50 y el 6% restante (4) desde USD$ 51 en adelante.

Para el rango de edades entre 50 a 59 años (48 personas), un 46% (22) desconoce los precios de los tours operados por otras empresas, el 13% (6) indica que tienen un valor entre USD$ 5 a $ 20, un 27% (13) afirma que está entre USD $ 21 a $ 50 y el 14% restante (7) desde USD$ 51 en adelante.

El grupo de encuestados de 60 años en adelante (25 personas) en un 12% (3) desconocen los precios de los tours operados por empresas competidoras, un 16% (4) indica que tienen un valor entre USD$ 5 a $ 20, el 32% (8) afirma que está entre USD $ 21 a $ 50 y el 40% (10) restante desde USD$ 51 en adelante.

Resumiendo, en promedio un 35% (86 personas) desconoce el precio de los tours para discapacitados ofertados por empresas competidoras, 17% (42) manifiesta que se encuentran entre USD$ 5 a $ 20, el 33% (81) entre USD $ 21 a $ 50 y el 15% (36) restante desde USD$ 51 en adelante.

Bajo este análisis, se afirmaría que generalmente el precio promedio de un tour para personas con discapacidad oscila entre USD$ 21 a $ 50.

Pregunta 5 – encuesta Tipo "A":

¿Cree usted que es necesario la existencia de una empresa operadora de turismo inclusiva para personas con aflicciones motrices, que brinde servicios turísticos acorde a sus necesidades?

Sí _____ (Pasar a las pregunta 6 y 7)

No_____ (Fin de la entrevista)

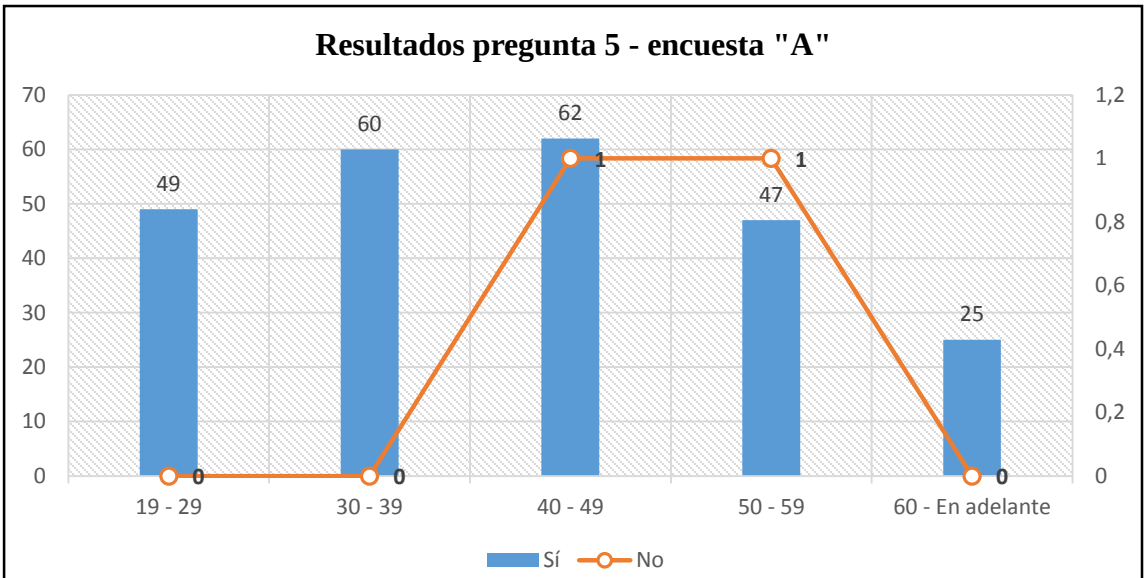


Figura 45. Respuestas pregunta 5 – encuesta "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

El 99,18% de los encuestados cree necesaria la existencia de una empresa operadora de turismo que oferte servicios de distracción y esparcimiento para personas con discapacidad física y/o aflicciones en miembros motrices. Para el estudio esta cifra es alentadora, debido a que demuestra ser un proyecto inminentemente de bienestar social tanto para los usuarios de los servicios, como para la colectividad en general a donde está dirigido.

Además respalda los postulados del Buen Vivir en el área de inclusión e igualdad social dentro de la investigación efectuada.

Pregunta 6 – encuesta Tipo "A":

¿Tendría algún inconveniente si dentro del grupo de personas participantes del tour, se incluyen a personas sin ningún tipo de discapacidad?

Sí _____

No ____

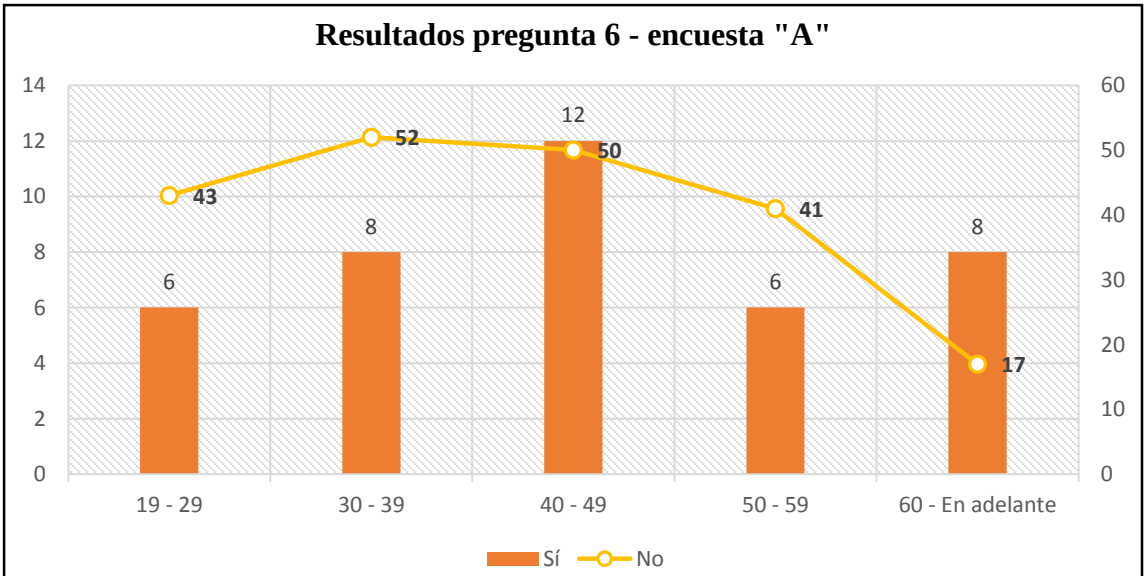


Figura 46. Respuestas pregunta 6 – encuesta "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Para esta pregunta participan el 99,18% de los encuestados (243 personas), debido a que en la respuesta de la pregunta anterior dos lo hicieron de forma negativa.

El segmento de personas con discapacidad física en edades comprendidas entre 19 a 29 años, el 88% (43) afirman no tener ningún problema en que se incluyan a personas

sin discapacidad dentro de los tours; mientras, el 12% restante (6) no estaría de acuerdo en la participación de estas.

El grupo con edades entre 30 a 39 años, manifestó en un 87% (52) que no tendría inconveniente en ser acompañados por personas sin discapacidad en los viajes, mientras el 13% (8) presentaría reparos si se los incluye.

Los encuestados con edades entre 40 a 49 acotan mayoritariamente (82% - 12 personas) que no presentarían problema alguno si dentro de las expediciones se incluyen a ciudadanos sin discapacidad, siendo el restante 18% (50) no estar de acuerdo en que sean partícipes de las mismas.

El conjunto de personas con discapacidad física entre 50 a 59 años en un 13% (8) se pronuncia en contra de que se incluyan a personas sin ningún tipo de deficiencias dentro de los tours, presentando la mayoría 87% (41) su aceptación y apertura a que puedan ser acompañados en los viajes por cualquier persona sin discriminación alguna.

Finalmente el 68% de los encuestados de 60 años en adelante (17), manifiestan que no presentarían inconveniente alguno si en los viajes son acompañados por hombres y mujeres sin invalidez, siendo un 32% (8) quienes no desearían compartir con personas al cien por ciento de sus facultades motrices.

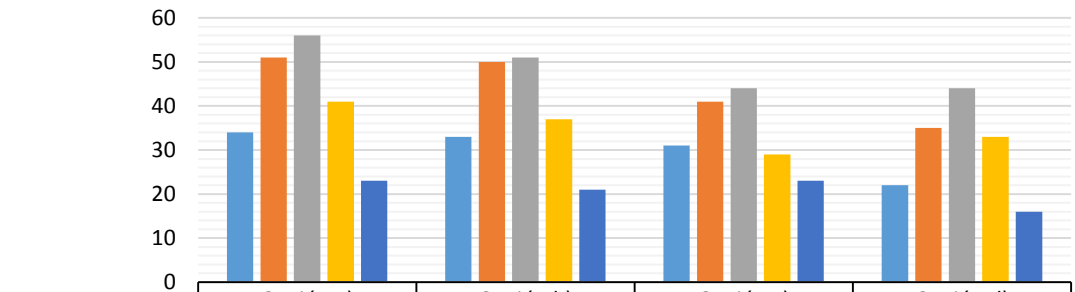
En síntesis el 82% (202) de las personas con discapacidad física encuestadas no presenta problema alguno si dentro de los tours son acompañados por turistas no discapacitados, más bien afirman que ellos gustan ser tratados en igualdad de condiciones que otras personas sin ningún tipo de discriminación.

Para el estudio se puede decir entonces que 8 de cada 10 personas con discapacidad física están de acuerdo en que pueden ser partícipes de los tours en igualdad de condiciones que ciudadanos sin problemas motrices.

Pregunta 7 – encuesta Tipo "A":

Dentro de los servicios detallados a continuación, indique dos servicios que usted cree que son los más importantes al momento de adquirir un paquete turístico inclusivo de personas con discapacidad física:

a) Transporte adecuado para el ingreso en sillas de ruedas, muletas, elementos de apoyo motriz: _____
b) Recurso humano especializado en el tratamiento de personas con aflicciones motrices. (Médico, enfermera, asistente). _____
c) Infraestructura adecuada para el recibimiento de personas con problemas en miembros motrices. _____
d) Dieta alimentaria: _____



	Opción a)	Opción b)	Opción c)	Opción d)
19 - 29	34	33	31	22
30 - 39	51	50	41	35
40 - 49	56	51	44	44
50 - 59	41	37	29	33
60 - En adelante	23	21	23	16

Figura 47. Respuestas pregunta 7 – encuesta "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Los 243 encuestados, distribuidos en diferentes rangos de edad coinciden en un 84,6% (206) la importancia que el tour tenga transporte adecuado para su traslado. La opción a) es de mayor importancia para las personas con edades mayores a 60 años en adelante, distribuyéndose porcentualmente en 69% (34 de 49 pertenecientes al rango), 85% (51 de 60), 90% (56 de 62), 87% (41 de 47) y 92% (23 de 25) para cada rango de edad desde los 19 a 29 años.

Para la opción b) (recurso humano especializado), presenta una importancia media del 75,2% (184 de 245 encuestados).

Distribuyendo el nivel de importancia por rangos de edad se tiene:

- 19 a 29 años: 67% (33 de 49 pertenecientes al rango)
- 30 a 39 años: 83% (50 de 60)
- 40 a 49 años: 82% (51 de 62)
- 50 a 59 años: 78% (37 de 47)
- 60 años en adelante: 84% (21 de 25)

Por los resultados porcentuales, este servicio es de mayor importancia para personas con discapacidad física con edad mayor o igual a 60 años.

La opción c) (infraestructura adecuada), presenta una importancia promedio del 71,2% (173 personas) entre los encuestados sobre su inclusión en los paquetes turísticos que oferte la EOTIPDF.

Distribuyendo el nivel de importancia por rangos de edad, se tiene:

- 19 a 29 años: 63% (31 de 49 pertenecientes al rango)
- 30 a 39 años: 68% (41 de 60)

- 40 a 49 años: 71% (44 de 62)
- 50 a 59 años: 62% (29 de 47)
- 60 años en adelante: 92% (23 de 25)

Por los resultados porcentuales, este servicio es de mayor importancia para personas con discapacidad física con edad mayor o igual a 60 años.

La opción d) (dieta alimentaria), presenta una media del 61,6% de importancia en los encuestados. (150 de 243).

Distribuyendo el nivel de importancia por rangos de edad, se tiene:

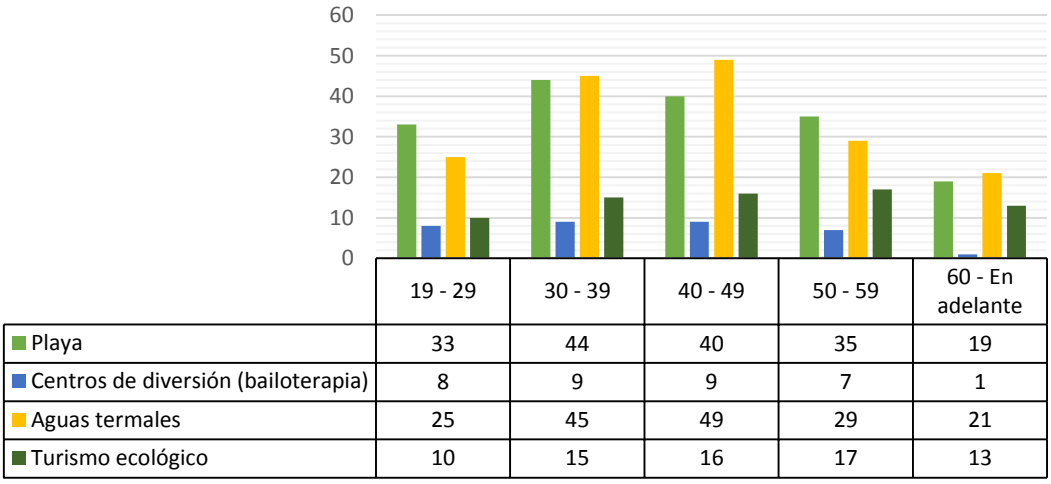
- 19 a 29 años: 45% (22 de 49 personas)
- 30 a 39 años: 58% (35 de 60)
- 40 a 49 años: 71% (44 de 62)
- 50 a 59 años: 70% (33 de 47)
- 60 años en adelante: 64% (16 de 25)

Por los resultados porcentuales, este servicio es de mayor importancia para personas con discapacidad física con edad entre 40 a 49 años.

Pregunta 8 – encuesta Tipo "A":

Dentro del tour. ¿Cuál sería el atractivo turístico que preferiría visitar?

Playa _____
Centros de diversión (bar, discoteca, bailoterapia) _____
Aguas termales _____
Turismo ecológico (bosque, animales, cascadas) _____



	19 - 29	30 - 39	40 - 49	50 - 59	60 - En adelante
Playa	33	44	40	35	19
Centros de diversión (bailoterapia)	8	9	9	7	1
Aguas termales	25	45	49	29	21
Turismo ecológico	10	15	16	17	13

Figura 48. Respuestas pregunta 8 – encuesta "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

La mayoría de los encuestados (71% - 174) coinciden que los tours deben tener por destino la playa.

En segundo lugar, con el 70% (172) manifiestan su preferencia por las aguas termales.

En tercer lugar (32% - 78) encuestados expresan que debe ser el turismo ecológico el principal atractivo incluido.

Con el 13% (32), los entrevistados consideran en menor importancia a los centros de diversión como parte primordial en un tour.

En conclusión, la EOTIPDF debería principalmente operar tours hacia las playas y destinos turísticos relacionados con aguas termales.

Pregunta 9 – encuesta Tipo "A":

¿Con qué frecuencia usted realiza viajes de turismo?

Una vez al mes _____

Una vez cada seis meses _____

Una vez al año _____

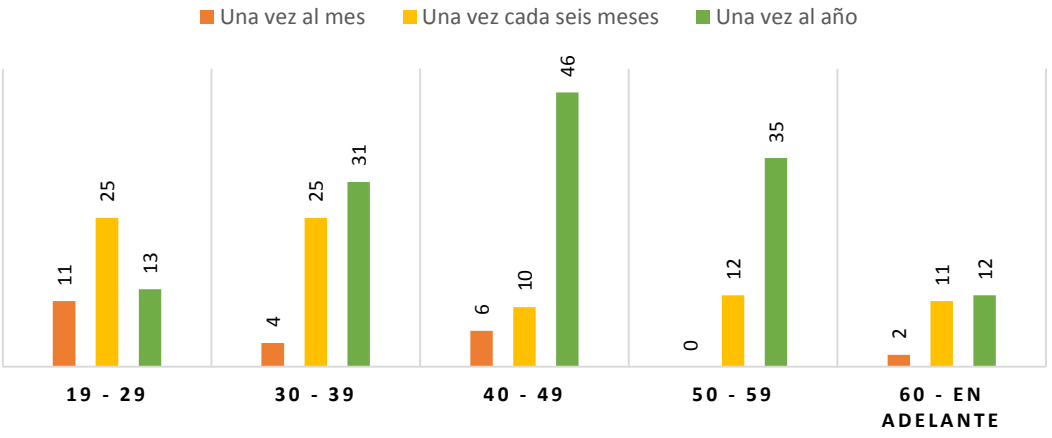


Figura 49. Respuestas pregunta 9 – encuesta "A".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Los resultados marcan una clara tendencia que la mayoría de las personas con discapacidad física viaja una vez al año.

En promedio el 55% de los entrevistados (135) indica que van de excursión una vez por año, el 36% (88) cada seis meses y el 9% (22) una vez por mes.

Por tanto la frecuencia de viaje individual de las personas con discapacidad física es una vez por año, deduciendo entonces que los esfuerzos en publicidad y calidad de servicios propenderán al aumento de la frecuencia de viaje.

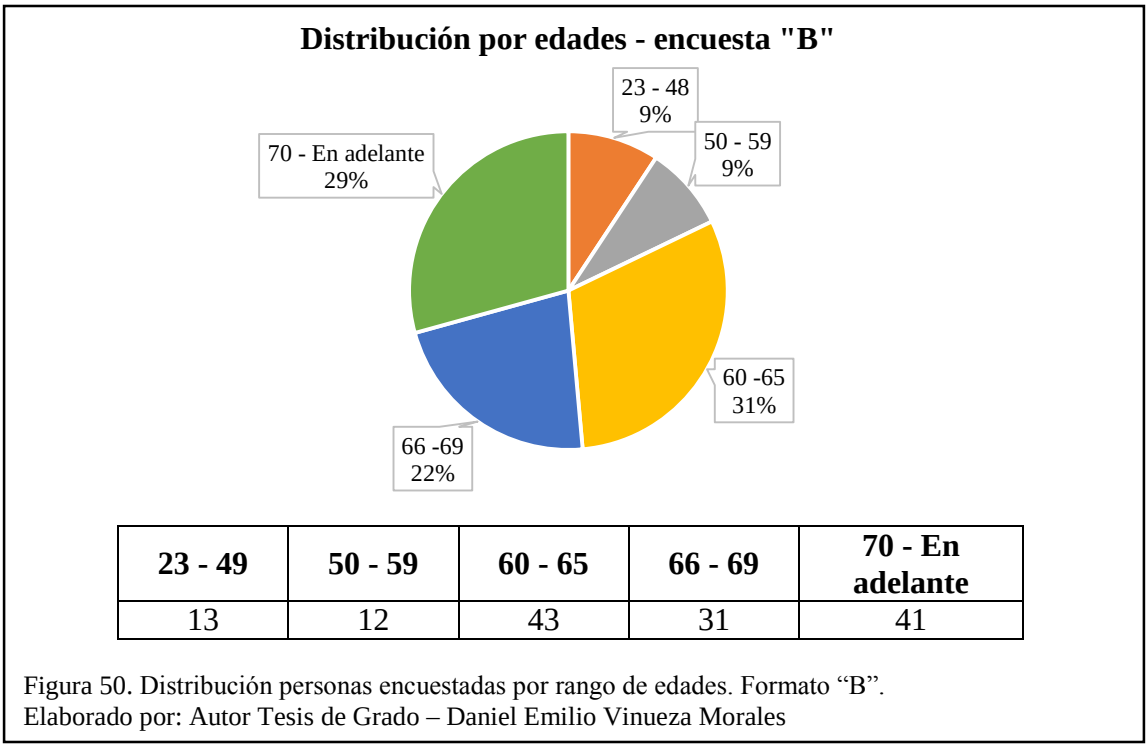
Tabulación y análisis del cuestionario

Encuesta "B"

140 personas con aflicciones menores, adultos mayores, familiares de discapacitados físicos, fueron encuestadas para conocer gustos, preferencias y necesidades sobre el turismo, concluyendo lo siguiente:

1. La agrupación de datos se encuentra clasificada en cinco rangos de edad que van:
    - De 23 a 49 años.
    - 50 a 59 años.
    - 60 a 65 años.
    - 66 a 69 años.
    - 70 años en adelante.

Distribuyéndose de la siguiente forma:



23 - 49	50 - 59	60 - 65	66 - 69	70 - En adelante
13	12	43	31	41

Figura 50. Distribución personas encuestadas por rango de edades. Formato "B".
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

La muestra de 140 personas, esclarece que el 9% (13) tiene entre 23 a 49 años, un 8,5% (12) de 50 a 59, el 31% (43) entre 60 a 65, el 22% (31) de 66 a 69 y finalmente un 29% (41) desde 70 años en adelante.

Se observa entonces que las personas jubiladas y adultos mayores (60 años en adelante), son un segmento de mercado importante para la comercialización de los tours que oferte la EOTIPDF, tal cual lo demuestran los datos estadísticos obtenidos en la aplicación de la encuesta (82%).

Es de importancia tomar en cuenta a este conglomerado social, debido a que al tratarse de una Operadora de Turismo Inclusivo, esta última palabra significa que no excluye en las expediciones a personas que no tengan discapacidades.

Además por el paso natural de los años, los adultos mayores ven desgastado su sistema óseo, muscular, generando dificultad al momento de caminar y realizar actividades físicas, requiriendo la ayuda de sus seres queridos, convirtiéndolos de alguna forma en semi-discapacitados.

2. La distribución por género para esta muestra, queda conformada así:

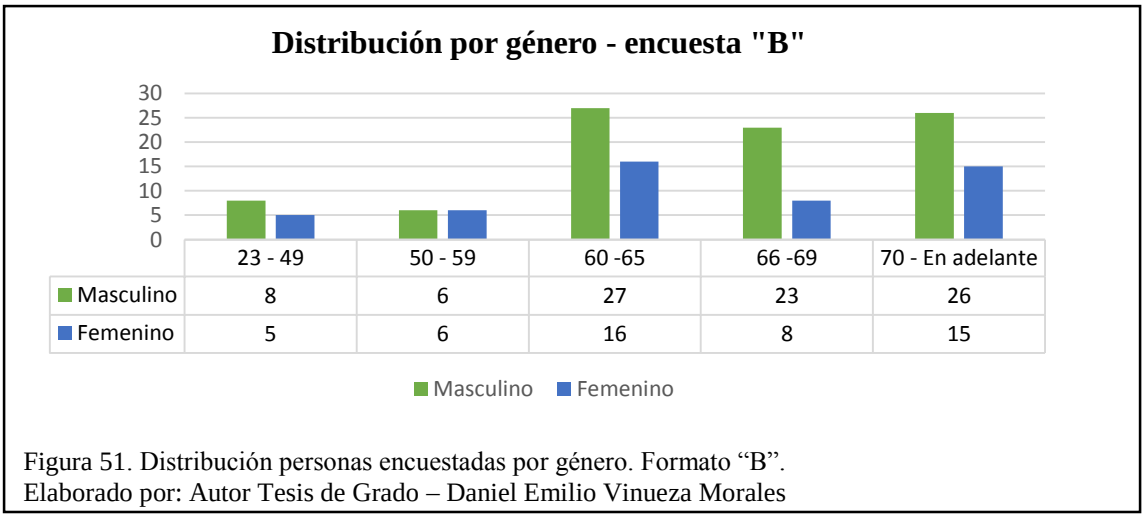


Figura 51. Distribución personas encuestadas por género. Formato “B”.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

La muestra presenta un total de 90 hombres (64%) y 50 mujeres (36%), manteniendo la tendencia reseñada en la Figura 23 donde se determina que el 54% pertenecen al sexo masculino y 44% al femenino.

Se aprecia que el número de hombres y mujeres con edades entre 23 a 59 años se encuentra equilibrado, esto gracias a la inserción laboral obligatoria y equidad de género para la mujer a partir de 1996 a diferencia de épocas anteriores donde casi todo el personal era masculino.

Corroborando estos datos, la tendencia muestra que entre las personas de 60 años en adelante la cantidad de hombres y mujeres es desequilibrada, debido a que en las décadas de 1940 a 1980 la actividad laboral en un 70% se encontraba copada por varones; por tanto, siendo los que en la actualidad se encuentran jubilados.

3. La clasificación de personas con aflicciones menores, adultos mayores, familiares de discapacitados físicos, se presenta así:

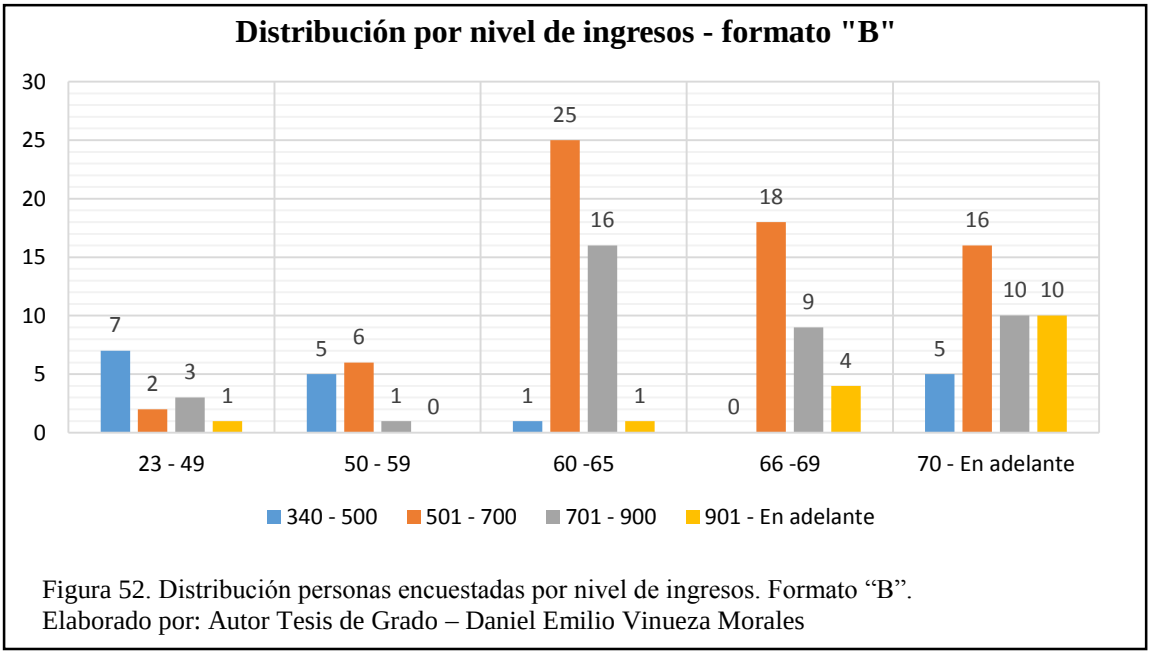


Figura 52. Distribución personas encuestadas por nivel de ingresos. Formato “B”.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Las personas con aflicciones menores, adultos mayores, familiares de discapacitados físicos que fueron consultados, coinciden mayoritariamente que el nivel de ingresos promedio se encuentra entre USD $501 a $700 (48% - 67 personas), concentrándose principalmente en los grupos de 60 años en adelante.

La tendencia muestra que el 54% (7 hombres y mujeres) entre 23 a 49 años, tienen ingresos que van desde los USD $340 a $500, el 15% (2) de $501 a $700, un 23% (3) entre $701 a $900 y finalmente el 8% (1) de $901 dólares en adelante.

El conjunto de ciudadanos con edades comprendidas entre 50 a 59 años, presentan en un 42% (5) ingresos entre USD $340 a $500, el 50% (6) entre $501 a $700, y el 8% restante (1) van desde los $701 a $900 dólares.

En el rango de edades de 60 a 65 años, se tiene que el 2,5% de encuestados (1 persona) mantienen rentas que van desde $340 a $500 dólares, un 58% (25) entre $501 a $700, el 37% (16) de $701 a $900 y finalmente el 2,5% (1) desde $901 en adelante.

Para el segmento entre 66 a 69 años, ninguno de los participantes tiene ingresos de $340 a $500, el 58% (18) se encuentra en la escala de $501 a $700, un 29% (9) desde $701 a $900, terminando con el 13% (4) que sus rentas son mayores a los $901 dólares.

Los y las encuestadas con edades mayores a 70 años, mantienen en un 12% (5) réditos de USD $340 a $500, el 39% (16) va de los $501 a $700, un 24% (10) fluctúan entre $701 a $900, concluyendo en igual proporción (24%) de $900 dólares a más.

Pregunta 1 – encuesta Tipo “B”:

¿Sabe usted de la existencia de empresas de turismo que brinden servicios exclusivos para la distracción de personas con discapacidad o problemas de afecciones motrices?

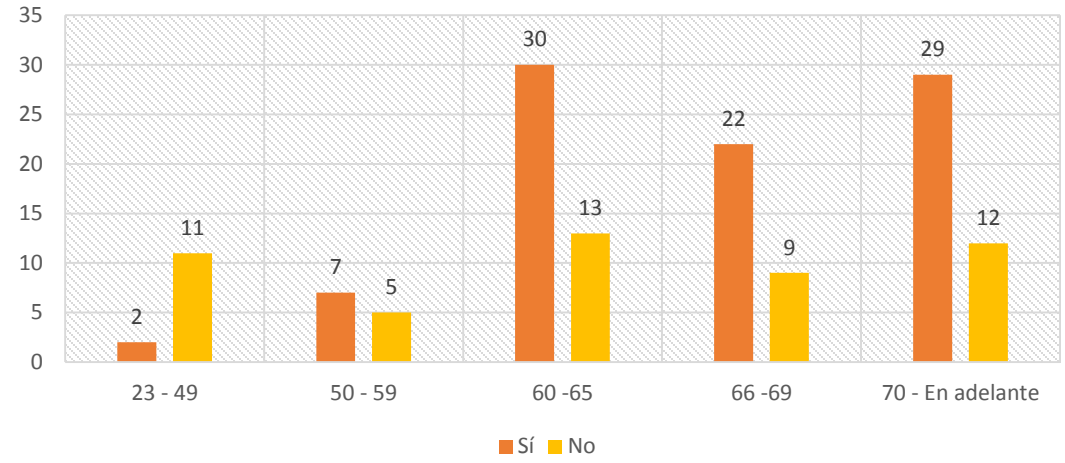


Figura 53. Resultados pregunta 1. Encuesta formato “B”
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Edad: 23 a 49 años

El 15% de los encuestados (2) tiene conocimiento que existen empresas turísticas con servicios de distracción para personas con aflicciones motrices, mientras un 85% (11) ignora la operación de estas.

Edad: 50 a 59 años

En un 58% los entrevistados (7) contestaron conocer prestaciones de turismo para individuos con padecimientos en miembros motrices, en contraposición al 42% (5) que los desconoce.

Edad: 60 a 65 años

Para este rango, el 70% de las personas (30) sabe que hay operadoras turísticas que ofertan tours para discapacitados y adultos mayores previa reserva; entretanto, el 30% (13) no saben que se encuentran presentes en el mercado nacional.

Edad: 66 a 69 años

El 71% de hombres y mujeres (22) se encuentra enterado que hay servicios de distracción para grupos vulnerables (discapacitados, adultos mayores), en antítesis al 29% (9) que manifiesta no conocer nada al respecto.

Edad: 70 años en adelante

Las cifras presentan que un 71% de los encuestados (29) respondió afirmativamente conocer la existencia de compañías turísticas que ofertan tours para adultos mayores y ciudadanos con problemas menores en miembros motrices (brazos - piernas), mientras el 29% (12) lo hizo de forma negativa.

En resumen, el 57% de las 140 personas entrevistadas (80), expresó que hay operadoras de turismo con servicios para personas con discapacidad, en contraposición el 43% (60) no tiene idea de su presencia en el mercado ecuatoriano.

Pregunta 2 – encuesta Tipo "B":

¿Qué conoce de las empresas de turismo con servicios de distracción para personas discapacitadas? ¿Cuáles servicios cree que se podrían aumentar o mejorar? (Describa brevemente).

Este cuestionamiento arroja varias respuestas acerca de los servicios que se pueden aumentar o mejorar en el mercado turístico para el confort de personas con discapacidad física y aflicciones motrices menores.

Para el análisis se clasifican las contestaciones de la siguiente manera:

1. Respuesta: en blanco.
2. Respuesta: no conoce.
3. Conocimiento de servicios turísticos contratados por Asociaciones de Jubilados de Instituciones Públicas.
4. Servicio que se puede aumentar y mejorar: guía turístico especializado en el trato de personas discapacitadas.
5. Servicio que se puede aumentar y mejorar: atención del personal y calidad en la prestación de servicios.
6. Servicio que se puede aumentar y mejorar: personal capacitado en el trato de personas con discapacidad física. (No discriminatorio, justo e igualitario).
7. Conocimiento relacionado al origen de las empresas de turismo competidoras.
8. Prestación que se puede mejorar: infraestructura adecuada (transporte, recepción en destino).
9. Servicio que se puede mejorar: métodos de rehabilitación incluidos en los tours.
10. Implementación de turismo ecológico para personas con discapacidad física.

Tabla 23. Tabulación de datos. Pregunta 2 – encuesta Tipo "B"

Pregunta 2											
Respuestas	**23 - 48**		**50 - 59**		**60 -65**		**66 -69**		**70 - En adelante**		**Promedio (Porcentaje)**
En blanco	5	38%	1	8%	4	9%	2	6%	4	10%	14%
No conoce	3	23%	5	42%	12	28%	11	35%	15	37%	33%
Servicio Asociaciones de Jubilados Públicos	1	8%	2	17%	7	16%	3	10%	10	24%	15%
Servicio guía turístico	0	0%	1	8%	0	0%	0	0%	3	7%	3%
Atención	2	15%	0	0%	3	7%	3	10%	1	2%	7%
Personal Capacitado	0	0%	1	8%	0	0%	3	10%	0	0%	4%
Origen de las empresas	0	0%	0	0%	8	19%	3	10%	5	12%	8%
Infraestructura adecuada	0	0%	0	0%	2	5%	2	6%	0	0%	2%

Respuestas	23 - 48		50 - 59		60 -65		66 -69		70 - En adelante		Promedio (Porcentaje)
Métodos de Rehabilitación	2	15%	1	8%	6	14%	3	10%	1	2%	10%
Turismo ecológico	0	0%	1	8%	1	2%	1	3%	2	5%	4%
Total Encuestados	**13**		**12**		**43**		**31**		**41**		

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

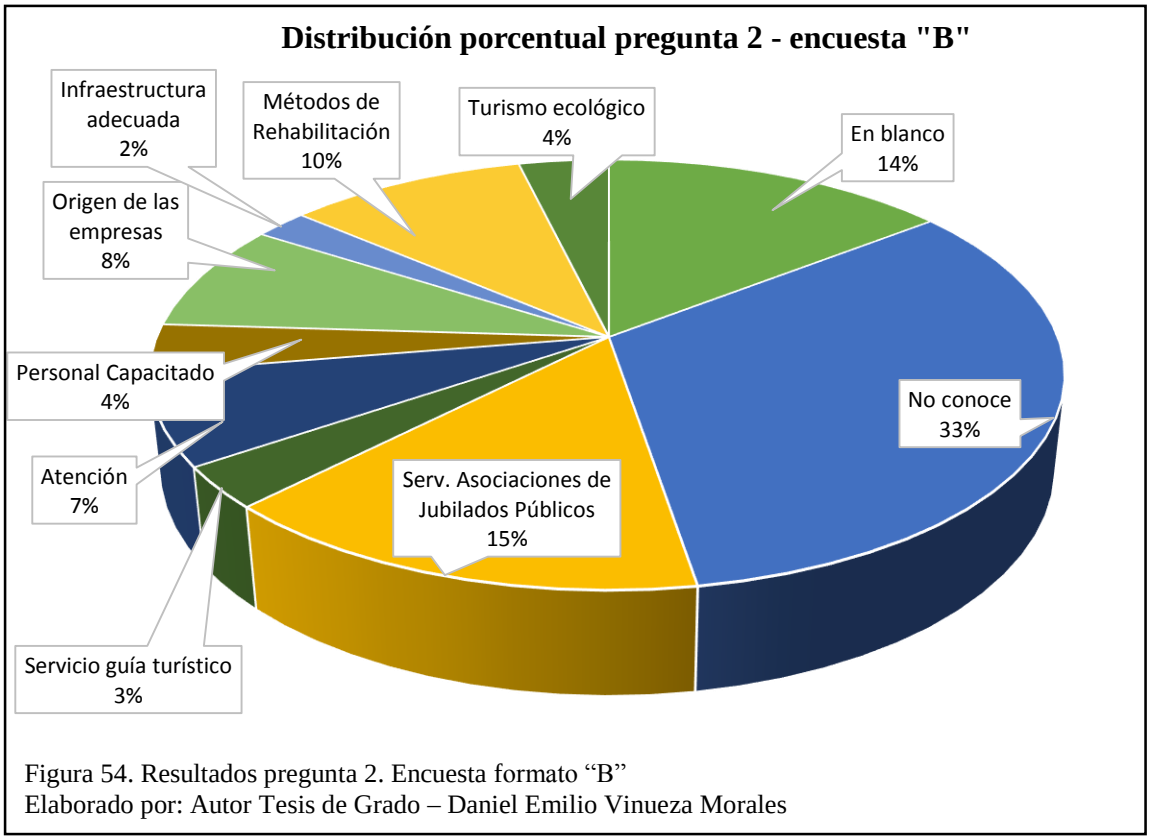


Figura 54. Resultados pregunta 2. Encuesta formato "B"
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

- **Demanda insatisfecha:** 219839
- **Demanda satisfecha:** 247903
- **Porcentaje:** segmento de mercado que desconoce los servicios que ofertaría la EOTIPDF.

Total: 47% de demanda insatisfecha.

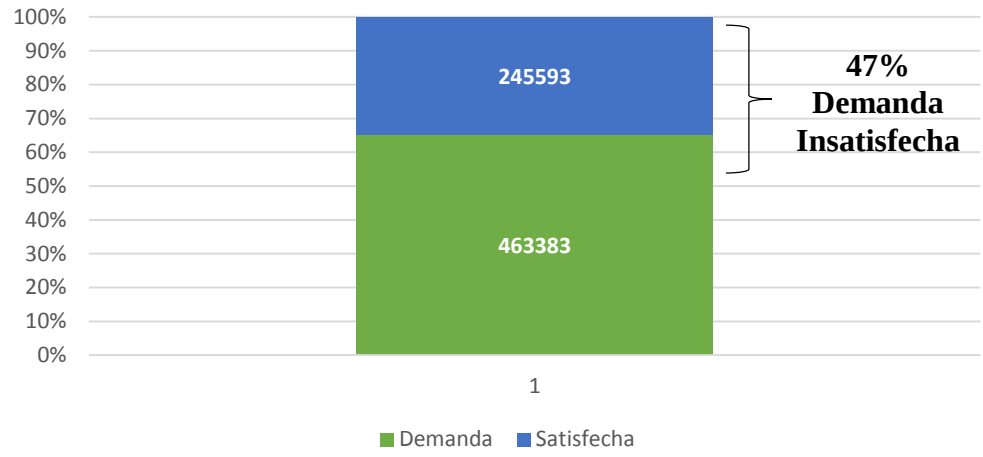


Figura 55. Determinación demanda insatisfecha. Personas sin discapacidad.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

El 47% de las personas (62) que respondieron esta pregunta no conocen o dejan en blanco los servicios que se puedan aumentar o mejorar para satisfacción de las personas discapacitadas y adultos mayores. Un 15% (23) manifiesta que las Asociaciones de Jubilados de entidades públicas ofertan viajes a sus socios de forma mensual, trimestral o anual.

El 10% (13 personas) coincide que se debería ofrecer terapias de rehabilitación, un 7% (9) coloca la atención justa e igualitaria como la parte más importante de un tour, el 4% (4) expresa que el personal debe ser capacitado, en igual cantidad (4% = 4 personas) cree novedosa la expedición hacia sitios ecológicos (bosques, parques nacionales), el 3% (4) considera necesario la guía de un experto.

Finalmente un 2% (4) estima que la infraestructura es principal en los destinos que se visiten.

Relacionado al conocimiento de operadoras turísticas para personas discapacitadas, el 8% de los entrevistados (16) manifiesta que estas son extranjeras, regentadas por fundaciones u organizaciones no gubernamentales.

En conclusión, el plus de mercado al ofertar tours inclusivos de personas con discapacidad física, adultos mayores y ciudadanos con aflicciones motrices de baja intensidad, radica en ofrecer terapias de rehabilitación con trato justo, igualitario, no discriminatorio.

Pregunta 3 – encuesta Tipo "B":

¿Cuáles son los destinos turísticos nacionales que ofertan las empresas de turismo para personas discapacitadas?

Para el desarrollo del estudio, se clasifican las respuestas de acuerdo a siete criterios:

1. En blanco.
2. No conoce.
3. Destinos relacionados con aguas termales.
4. Viajes a la playa.
5. Viajes a la Amazonía.
6. Expediciones a Galápagos.
7. Salidas fuera del país.

Tabla 24. Tabulación de datos. Pregunta 3 – encuesta Tipo "B"

Pregunta 3											
Respuestas	**23 - 48**		**50 - 59**		**60 -65**		**66 -69**		**70 - En adelante**		**Promedio (Porcentaje)**
En blanco	6	46%	1	8%	4	9%	2	6%	4	10%	16%
No conoce	2	15%	3	25%	12	27%	15	48%	18	44%	32%
Relacionados con aguas termales	1	8%	4	33%	19	42%	8	26%	10	24%	27%
Viajes a la playa	1	8%	3	25%	7	16%	4	13%	6	15%	15%
Viajes a la Amazonía	0	0%	1	8%	0	0%	2	6%	1	2%	3%
Galápagos	3	23%	0	0%	2	4%	0	0%	2	5%	6%
Salidas fuera del país	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	0	0%	0%
Total Encuestados	**13**		**12**		**45**		**31**		**41**		

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

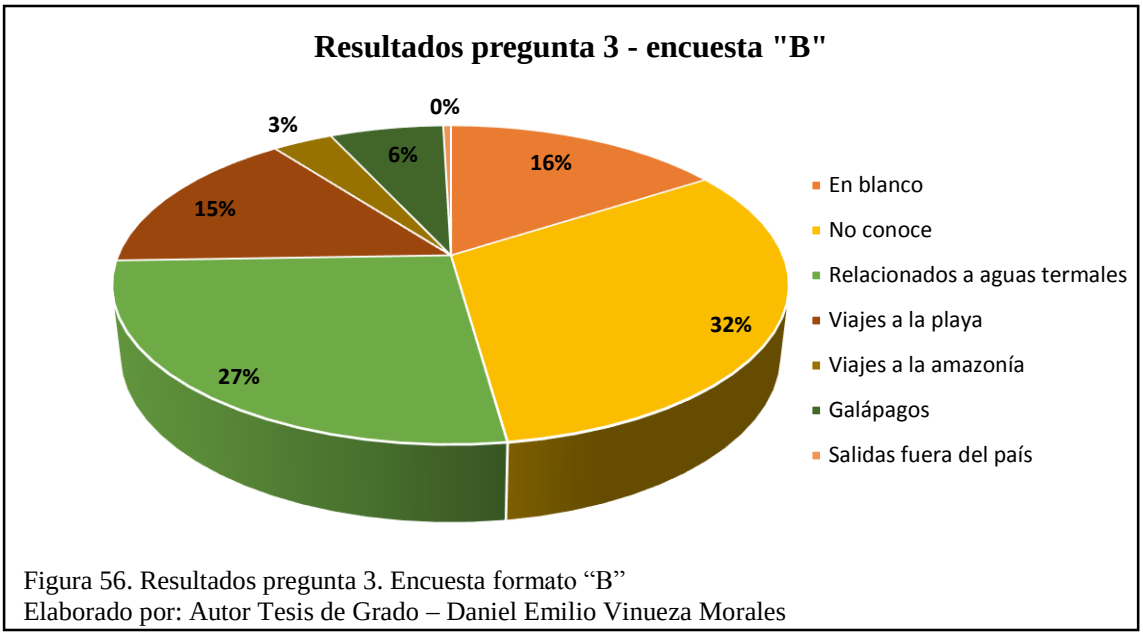


Figura 56. Resultados pregunta 3. Encuesta formato "B"
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Los resultados determinan que el 48% de los encuestados no conoce o deja en blanco acerca de cuáles son los destinos turísticos que conoce su oferta por parte de compañías competidoras, el 27% (la mayoría) explica que operan tours hacia aguas termales por

su poder medicinal, el 15% describe que tienen por propuesta la playa y atractivos del litoral ecuatoriano.

En menor proporción, con el 6% y 3%, tenemos a Galápagos y la Amazonía respectivamente como lugares de común expedición por parte de organizaciones competidoras.

Relacionando estas tendencias con los resultados obtenidos en la pregunta 3 del formato "A", se determina que para las personas con discapacidad física, la playa es el destino conocido donde más operan, mientras para adultos mayores, familiares de discapacitados las aguas termales abarcan mayoritariamente la oferta de servicios.

Pregunta 4 – encuesta Tipo "B":

¿Cuál es el precio promedio de un tour que tienen las operadoras de turismo que usted conoce?

Entre USD$ 5,00 a $ 20,00 _____
Entre USD$ 21 a $50 _____
Entre USD$ 51 en adelante _____

Tabla 25. Tabulación de datos. Pregunta 4 – encuesta Tipo "B"

Pregunta 4											
Respuestas	**23 - 48**		**50 - 59**		**60 -65**		**66 -69**		**70 - En adelante**		**Promedio porcentual**
En blanco - Rayas	4	31%	0	0%	6	14%	5	16%	9	22%	17%
Entre USD$ 5,00 a $ 20,00	1	8%	5	42%	11	26%	6	19%	10	24%	24%
Entre USD$ 21,00 a $ 50,00	6	46%	5	42%	21	49%	18	58%	20	49%	49%
Entre USD$ 50,00 en adelante	2	15%	2	17%	5	12%	2	6%	2	5%	11%
Total Encuestados	13		12		43		31		41		

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

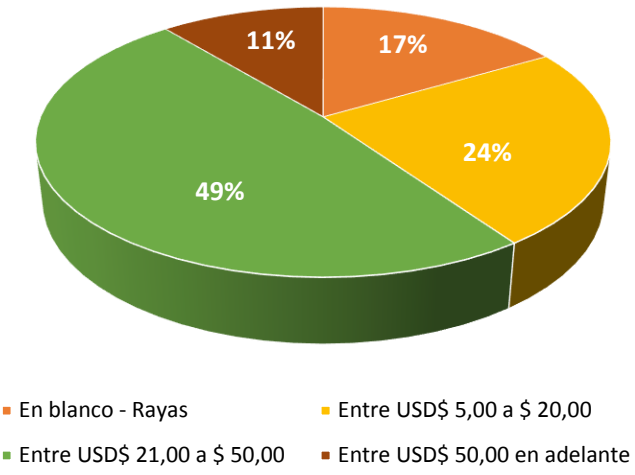


Figura 57. Resultados pregunta 4. Encuesta formato "B"
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

El 17% (24) de los encuestados en promedio no conoce los precios que tienen tours para personas discapacitadas, el 24% (33) expresa que estos bordean entre USD $5 a $20, un 49% (70) manifiesta que van desde los USD $21 a $50 y el 11% (13) restante opina que su precio oscila en más de $50 dólares.

Acorde al sondeo, los precios tentativos que deberían tener los paquetes turísticos que oferte la EOTIPDF de acuerdo al poder adquisitivo del mercado, son entre USD $21 a $50.

Correlacionando con la respuesta obtenida en la encuesta "A", se observa que tanto las personas con discapacidad física, como adultos mayores, familiares de estos y ciudadanos con aflicciones motrices menores coinciden mayoritariamente que el precio de los tours no supera los $50 dólares.

Pregunta 5 – encuesta Tipo "B":

¿Cree usted que es necesario la existencia de una empresa operadora de turismo inclusiva para personas con aflicciones motrices, que brinde servicios turísticos acorde a sus necesidades?

Sí _____ (Pasar a las pregunta 6 y 7)

No_____ (Fin de la entrevista)

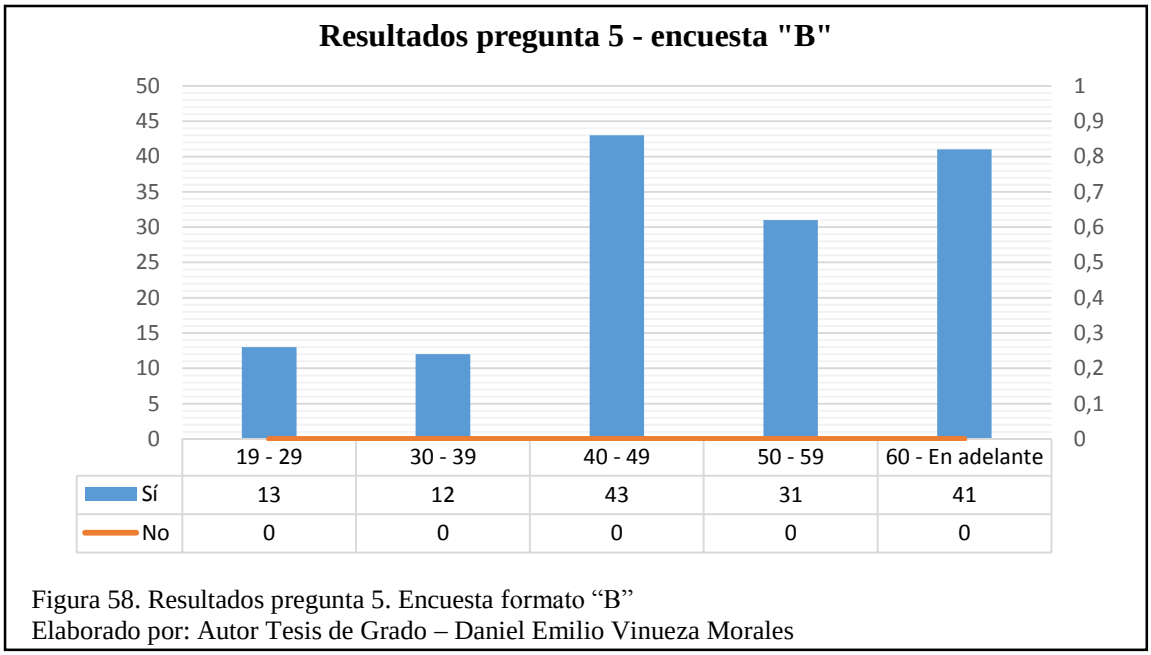


Figura 58. Resultados pregunta 5. Encuesta formato "B"
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

El cien por ciento de los encuestados (n = 140), respondió a esta pregunta afirmativamente; es decir, todas las personas creen necesaria la existencia de una empresa operadora de turismo inclusiva de personas con discapacidad física, debido a que el mercado turístico ecuatoriano y capitalino no cuenta con compañías que brinden esta clase de prestaciones.

Para el desarrollo del proyecto, este resultado demuestra que la empresa es factible porque cuenta con un mercado objetivo amplio, requirente de estos nuevos servicios.

Pregunta 6 – encuesta Tipo "B":

¿Tendría algún inconveniente si dentro del grupo de personas participantes del tour, se incluyen a personas con algún tipo de discapacidad?

Sí _____

No ____

Tabla 26. Tabulación respuestas pregunta 6. Encuesta "B".

Edad	Sí	Porcentaje	No	Porcentaje
23 - 29	2	15%	11	85%
50 - 59	2	17%	10	83%
60 - 65	6	14%	37	86%
66 - 69	4	13%	27	87%
70 - En adelante	2	5%	39	95%
Total	**16**	**11%**	**124**	**89%**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

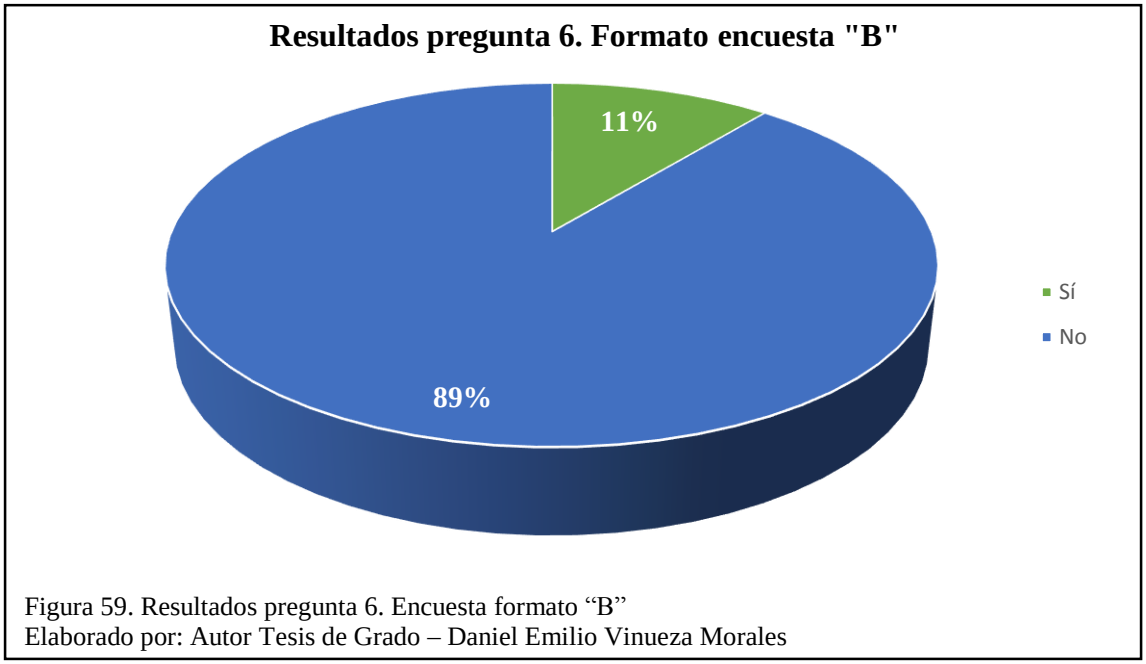


Figura 59. Resultados pregunta 6. Encuesta formato "B"
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

El 89% (124) de las personas encuestadas sin discapacidad, manifiesta no tener inconvenientes si dentro de las expediciones se incluyen a personas con discapacidad; entretanto, el 11% (16) se sentirían incomodas al ser acompañadas por este grupo social.

Comparando con el resultado de la encuesta "A", las personas sin discapacidad tienen menor inconveniente de estar acompañadas en un viaje por ciudadanos con discapacidad, a diferencia de estos quienes en un 6% más, encuentran molestia al incluir personas sin deficiencias físicas. Esta tendencia se explica en razón que los discapacitados sienten cierto nivel de desprecio y rechazo de sus semejantes sin problemas en miembros motrices.

Pregunta 7 – encuesta Tipo "B":

Dentro de los servicios detallados a continuación, indique dos servicios que usted cree que son los más importantes al momento de adquirir un paquete turístico inclusivo de personas con discapacidad física:

a) Transporte adecuado para el ingreso en sillas de ruedas, muletas, elementos de apoyo motriz: _____
b) Recurso humano especializado en el tratamiento de personas con aflicciones motrices. (Médico, enfermera, asistente). _____
c) Infraestructura adecuada para el recibimiento de personas con problemas en miembros motrices. _____
d) Dieta alimentaria: _____

Tabla 27. Tabulación de datos. Pregunta 7 – encuesta "B"

Pregunta 7											
Respuestas	**23 - 48**		**50 - 59**		**60 -65**		**66 -69**		**70 - En adelante**		**Promedio (Porcentaje)**
Opción a)	5	38%	10	83%	33	77%	28	90%	35	85%	75%
Opción b)	11	85%	10	83%	32	74%	21	68%	23	56%	73%
Opción c)	8	62%	9	75%	16	37%	17	55%	14	34%	53%
Opción d)	10	77%	9	75%	17	40%	19	61%	17	41%	59%

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

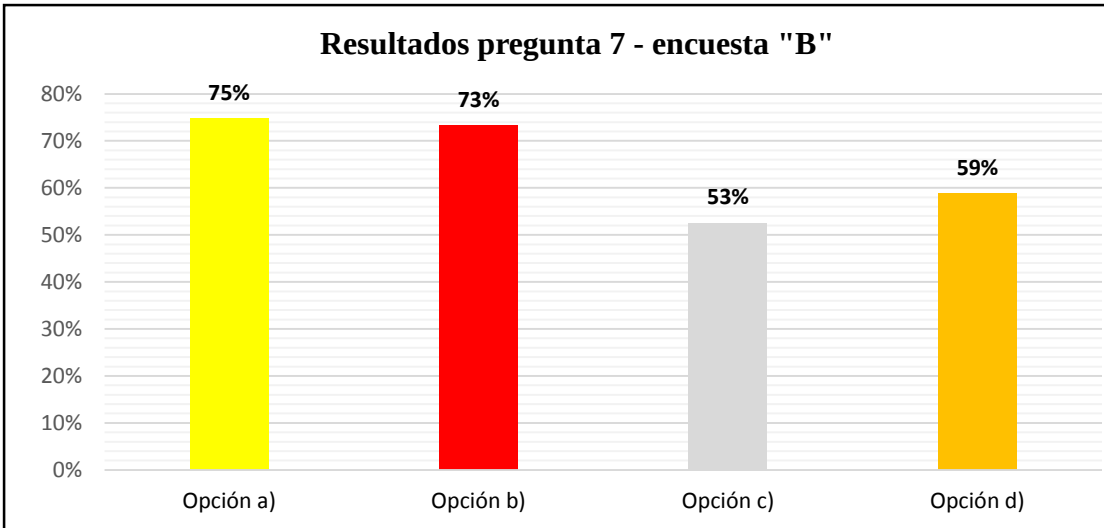


Figura 60. Resultados pregunta 7. Encuesta formato "B"
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Las 140 personas partícipes de la investigación de campo mediante la Encuesta Tipo "B" en un 75% (111) consideran que el transporte adecuado para el ingreso en sillas de ruedas, muletas, elementos de apoyo motriz, es lo más importante que se debe tomar en cuenta al momento de adquirir un paquete turístico para personas con discapacidades; el 73% (96) considera al recurso humano especializado como la prestación más importante dentro de un tour para hombres y mujeres con discapacidad física, adultos mayores.

Con el 59% (72) y 53% (64), la dieta alimentaria e infraestructura adecuada respectivamente, ocupan el tercero y cuarto lugar como servicios preponderantes dentro de un tour para personas con discapacidad física y aflicciones motrices menores.

Pregunta 8 – encuesta Tipo "B":

¿Con qué frecuencia usted realiza viajes de turismo?

Una vez al mes _____

Una vez cada seis meses _____

Una vez al año _____

Tabla 28. Tabulación resultados pregunta 8. Encuesta "B"

Pregunta 8											
Respuestas	**23 - 48**		**50 - 59**		**60 -65**		**66 -69**		**70 - En adelante**		**Promedio (Porcentaje)**
Una vez al mes	1	8%	0	0%	6	14%	0	0%	7	17%	8%
Una vez cada seis meses	5	38%	6	50%	27	63%	13	42%	15	37%	46%
Una vez al año	7	54%	6	50%	10	23%	18	58%	19	46%	46%
Total	13		12		43		31		41		

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

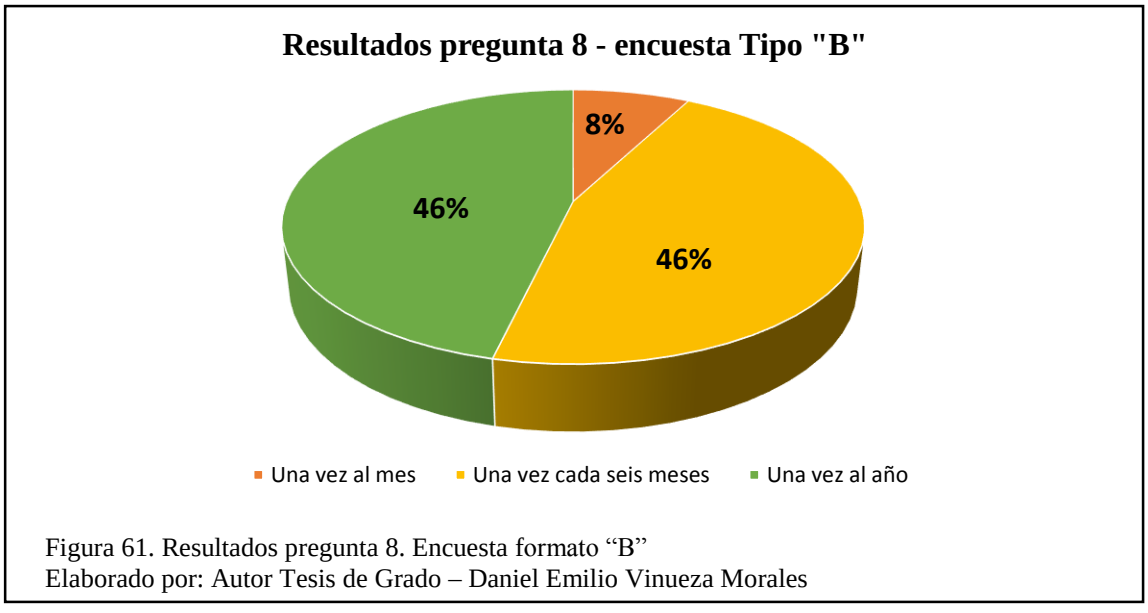


Figura 61. Resultados pregunta 8. Encuesta formato "B"
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Se muestra equilibrada la frecuencia de viaje cada seis meses y una vez por año, respondiendo en promedio el 46% (126) para cada opción respectivamente, mientras el 8% (14) restante expresó viajar una vez al mes.

Comparando con la respuesta mayoritaria (una vez por año) a este mismo cuestionamiento en la Encuesta Tipo "A", se deduce que para el primer caso, por las ocupaciones laborales e individuales de las personas con discapacidad física, unidos a la necesidad imperiosa de siempre requerir para el traslado a un familiar o familiares, disminuyen la facilidad de salida para expediciones y aventuras. Para el segundo caso, en mayor porcentaje los usuarios son jubilados, adultos mayores y familiares de personas con discapacidad física, quienes en gran nivel ya no tienen obligación de mantener el hogar y a sus hijos, por tanto pueden destinar más recursos a la satisfacción de placeres suntuarios, como es la distracción y entretenimiento sano.

Pregunta 9 – encuesta Tipo "B":

Dentro del tour. ¿Cuál sería el atractivo turístico que preferiría visitar?

Playa _____
Centros de diversión (bar, discoteca, bailoterapia) _____
Aguas termales _____
Turismo ecológico (bosque, animales, cascadas) _____

Tabla 29. Tabulación de datos. Pregunta 9 – encuesta "B"

Pregunta 9											
Respuestas	**23 - 48**		**50 - 59**		**60 -65**		**66 -69**		**70 - En adelante**		**Promedio**
Playa	9	69%	5	42%	22	51%	20	65%	23	56%	34%
Centros de diversión (bailoterapia)	2	15%	6	50%	2	5%	2	6%	5	12%	11%
Aguas termales	4	31%	5	42%	30	70%	24	77%	24	59%	34%
Turismo ecológico	8	62%	5	42%	4	9%	10	32%	10	24%	21%

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

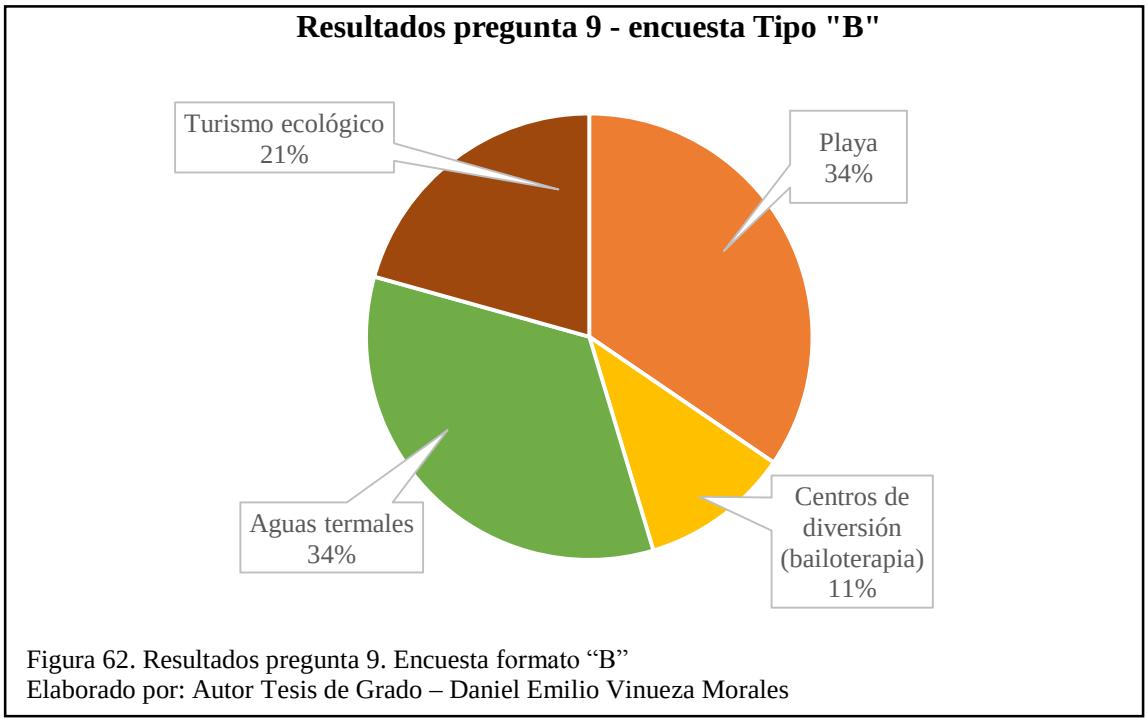


Figura 62. Resultados pregunta 9. Encuesta formato "B"
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Análisis:

Los resultados muestran un equilibrio entre destinos con aguas termales y la playa, cada uno representa el 34% (95) de preferencia como lugares de esparcimiento y relax para adultos mayores, personas con aflicciones motrices menores y familiares de las mismas.

En segundo lugar, con el 21% (29) expresan que desearían realizar expediciones ecológicas hacia bosques, paisajes andinos, fauna variada, entre otras.

Con el 11% (15) los encuestados consideran que los sitios que visiten deben contar con centros de diversión como discotecas, pistas de baile, bailoterapia y salas de juegos (ping – pon, billar, ajedrez).

Comparando estos resultados con los de la Encuesta "A", queda establecido que los desplazamientos deben ser realizados en primer lugar a las playas y aguas termales por sus propiedades medicinales - curativas, en tercer lugar turismo ecológico, alternativamente conteniendo bailoterapia y juegos.

3.2. Diseño de marketing

Nombre comercial de la empresa:

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.

La denominación "TURISINCLUSIVE" engloba un mensaje de inclusión simple, fácil de recordar, nuevo en el mercado ecuatoriano.

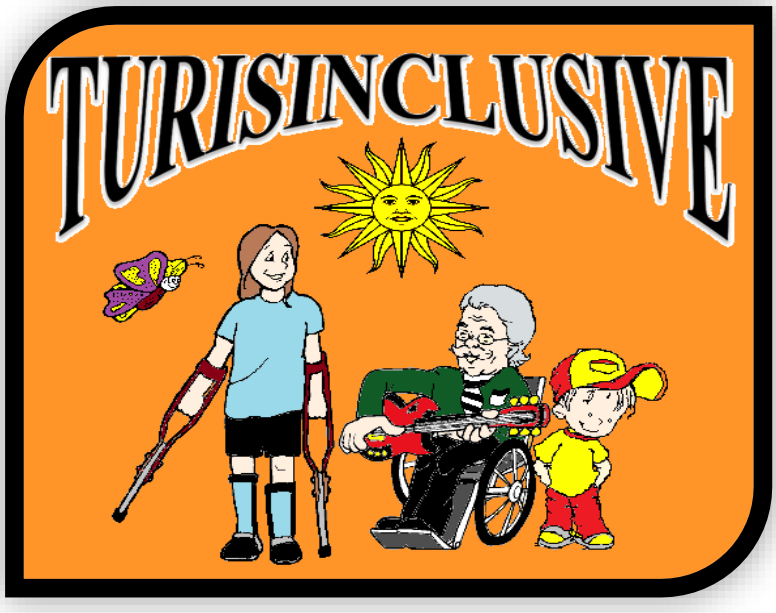


Figura 63. Logo empresarial TURISINCLUSIVE Cía. Ltda.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado. Daniel Emilio Vinueza Morales

Significado:

a) **Fondo Naranja:** transmite diversión combinada con energía. Genera en el ser humano aventura, optimismo, salud, sociabilidad, inhibición, alegría, paciencia, generosidad y ambición.

b) **Sol:** representa la esperanza, alegría, satisfacción y bienestar.

c) **Mariposa:** son las ilusiones, la libertad, los sueños y el amor.

d) **La familia:** simboliza la unión, amor, respeto y solidaridad.

Objetivos de posicionamiento:

1. Posicionar a TURISINCLUSIVE como el referente del turismo inclusivo para personas con discapacidad física dentro del mercado capitalino a mediano plazo.
2. Consolidar una cartera de clientes fidelizada que brinde sostenibilidad a largo plazo.
3. Establecer alianzas estratégicas con entidades ofertantes de servicios turísticos como hoteles, restaurantes, permitiendo mejorar continuamente las prestaciones que oferte la operadora.

Lineamientos estratégicos:

1. Captar la mayor cantidad de clientes posibles a corto plazo a través de la promoción "Puerta a puerta", visitando entidades públicas y privadas que tengan gran cantidad de empleados con discapacidad física.
2. Promocionar los servicios turísticos en centros geriátricos, asociaciones de jubilados, dispensarios médicos, asociaciones de discapacitados, fundaciones, a través de volanteo de flyers y anuncios en carteleras.

3. Contratar cuñas radiales en medios de comunicación capitalinos con alta sintonía, cuyos oyentes mayoritariamente sean personas desde los 25 años en adelante.

Demanda insatisfecha:

La figura 42, muestra que la demanda insatisfecha es un 62,2% (14521 personas con discapacidad física en el Distrito Metropolitano de Quito) relacionada a servicios turísticos; por tanto, las herramientas de marketing se concentran en atraer una cantidad considerable de ciudadanos no atendidos por la oferta local.

3.2.1. Marketing de contenidos

"Es una estrategia que consiste en crear y distribuir contenidos valiosos para nuestro público con el objetivo de atraerlos. Dicho en otras palabras, utilizar los contenidos para acercarnos a clientes y potenciales clientes." (Pulizzi, J. y Kranz, J., 2011. *[Trad. Sanagustin, E., 2013]*)

* Se encuentra publicado en el dossier: Los contenidos como estrategia del marketing. Impresión: Ayuntamiento de Barcelona – España. Pág. 2.

Desarrollado por Joe Pulizzi y Jonathan Kranz, dentro de la obra: *"Managing Content Marketing [Administración del Marketing de Contenidos], 2011"*, el marketing de contenidos maneja cuatro postulados derivados del manifiesto "Cluetrain" que son:

- Los mercados son conversaciones.
- Los mercados consisten en seres humanos, no en sectores demográficos.
- Hoy en día, las empresas que hablan el lenguaje del charlatán ya no captan la atención de nadie.
- Para hablar con voz humana, las empresas han de compartir las preocupaciones de sus comunidades.

* El manifiesto “Cluetrain” abarca 95 ideas respecto al impacto del internet y medios de comunicación en el consumo.

Esta herramienta responde perfectamente a la necesidad planteada de utilizar una táctica de marketing que entienda exactamente cuáles son las necesidades de los usuarios, para de allí distribuir contenido de interés, que capte su atención y los atraiga hacia la EOTIPDF - “TURISINCLUSIVE”.

Aplicándolos al proyecto de factibilidad, se desarrollan así:

1. **Los mercados son conversaciones.**

   El consumidor actual ya no se convence fácilmente con la publicidad y mensajes transmitidos de forma unidireccional, sino que los compara y saca sus propias conclusiones.

   Los medios por donde más establecen charlas acerca de los productos y servicios de su interés, son el Internet y conversaciones de amigos.

   Centrándolo al problema de investigación, la solución óptima radicaría en no ingresar con campañas publicitarias masivas, sino más bien encontrar que la voz de la empresa, en este caso “TURISINCLUSIVE” se incorpore de forma cotidiana, no con mensajes típicos del marketing, ni dirigidos a targets, sino más bien hable en forma personal, con lenguaje y actuación común.

   Esta voz de acuerdo al Marketing de Contenidos se la lograría mediante el uso del “Estudio del Caso”. Es un documento de dos páginas máximo que compagina el testimonio de una persona con la estructura narrativa de una historia.

   Basa su descripción en hechos reales, aprovecha la empatía que genera en el lector, creando confianza y credibilidad al momento para adquirir un tour.

2. Los mercados consisten en seres humanos, no en sectores demográficos.

A diferencia de análisis estratégicos tradicionales como el "Marketing Mix", el Marketing de Contenidos no clasifica a los miembros de la sociedad por sectores demográficos, sino que los trata como seres semejantes, requirentes de calidad en las prestaciones recibidas.

En este sentido, enmarca los esfuerzos publicitarios hacia la comunicación y tratos de forma natural; es decir, genera en los usuarios un interés mutuo que los vincula y fideliza hacia la marca.

Para el proyecto, al encontrarse bajo los principios del buen vivir, como son la justicia y equidad social, la difusión del mensaje debe concentrarse en hacer sentir que los servicios turísticos que oferta "TURISINCLUSIVE", privilegian el bienestar del usuario por encima del lucro; es decir, es más importante que sirvan como un medio de terapia y relajamiento, ya que los beneficios económicos y sociales vendrán por añadidura.

Concentrando esto un poco más a los fines del estudio, se diría entonces que al tener un cliente feliz, satisfecho del servicio, este retornará nuevamente a adquirir un tour porque sabe que más que comprar a un extraño, lo está haciendo a un amigo que entiende sus problemas y necesidades.

La herramienta perfecta que brinda el Marketing de Contenidos para lograr los objetivos anteriores es: Recomendaciones del cliente.

Por medio del guía turístico, acompañante del recorrido, o miembros de la tripulación partícipes del tour en forma anónima para el acto, se puede realizar sondeos de opinión, a través de conversaciones comunes.

Estas charlas permitirán determinar la satisfacción general de los clientes respecto a la calidad del tour.

3. **Hoy en día, las empresas que hablan el lenguaje del charlatán ya no captan la atención de nadie.**

Los consumidores del Siglo XXI ya no se dejan llevar fácilmente por el convencimiento del lenguaje y gestos de los vendedores, sino que son más analíticos al momento de escoger bienes o servicios.

En este sentido la estrategia sería impulsar las ventas de los tours con una comunicación sencilla pero eficaz; es decir, no alabando o engrandeciendo los servicios ofertados por TURISINCLUSIVE, sino que llame a la conciencia de los clientes sobre los beneficios que se consigue al viajar, como dejar a un lado los problemas, llenar el alma, espíritu de buen ánimo y optimismo para transmitirlo en todos los actos de la vida.

La herramienta que brinda el Marketing de Contenidos es las "buyer personas". Consiste en crear un prototipo de cliente ideal apegado a la realidad, el cual identifique:

a) Rango de edad.
b) Género.
c) Situación laboral.
d) Principales preocupaciones y desafíos comunes.
e) Obstáculos que le impiden adquirir servicios similares al de la EOTIPDF.
f) ¿Cuáles son sus necesidades e intereses?
g) ¿Qué canales o medios de comunicación utilizan para informarse?

Aplicándolo al proyecto, consiste en identificar personas con discapacidad física promedio, indagar problemas y necesidades comunes, para de allí brindar

soluciones que permitan generar una relación de confianza e interés mutuo con TURISINCLUSIVE.

4. **Para hablar con voz humana, las empresas han de compartir las preocupaciones de sus comunidades.**

   Un error que comete el capitalismo es dar más importancia al capital por encima del ser humano, muchas veces por la avaricia y el poder los empresarios pierden noción de la realidad socioeconómica de sus clientes, derivando en ofertar bienes y servicios innecesarios con altos costos, los cuales al no tener la acogida deseada, generan pérdidas para las compañías, estancamiento y cierre de las mismas.

   En este sentido, el Marketing de Contenidos promueve un trato humano apegado a la realidad, lo cual se traduce en vender productos y prestaciones que satisfagan requerimientos básicos del sector social donde se desenvuelve.

   La estrategia de TURISINCLUSIVE será evaluar cualitativamente la satisfacción de los clientes, a través de conversaciones amenas con clientes tipo, tomando en cuenta sus observaciones sean positivas o negativas en el transcurso del viaje.

3.2.2. Caracterización de los sitios turísticos

La elección de los destinos turísticos dependerá de las facilidades de acceso, atención, traslado y prestaciones para personas con discapacidad física.

Infraestructura básica:

- Rampas de acceso para sillas de ruedas.
- Sanitarios amplios adaptados con barandales.
- Habitaciones en la planta baja.
- Elevadores para pisos superiores.
- Aceras con declive para sillas de ruedas.

- Piso con textura en plataformas para sillas de ruedas y muletos en buses o furgones.
- Espacio exclusivo con barandales y cinturones de seguridad adaptados para personas en sillas de ruedas, muletos y andaderas en buses o furgones.
- Pitos o botones de emergencia para atención inmediata.
- Centro médico para atención de primeros auxilios.

Grados de discapacidad física idóneos para el turismo:

En salud pública, la valoración del nivel de discapacidad física se mide a través del Índice de Barthel, también conocido como Índice de Discapacidad de Maryland.

Este instrumento de medición creado por Mahoney Barthel en 1955 para el Hospital de Enfermos Crónicos de Maryland, publicado diez años después (1965) y traducido al español en 1993, permite establecer el grado de discapacidad valuando la capacidad de una persona para realizar actividades básicas de la vida diaria.

La valoración se realiza bajo la suficiencia para ejecutar diez funciones comunes del diario vivir. A continuación los parámetros de calificación:

Tabla 30. Parámetros de valoración del Índice de Barthel

Comer
0 = incapaz 5 = necesita ayuda para cortar, extender mantequilla, usar condimentos, etc. 10 = independiente (la comida está al alcance de la mano)
Trasladarse entre la silla y la cama
0 = incapaz, no se mantiene sentado 5 = necesita ayuda importante (una persona entrenada o dos personas), puede estar sentado 10 = necesita algo de ayuda (una pequeña ayuda física o ayuda verbal) 15 = independiente
Aseo personal
0 = necesita ayuda con el aseo personal. 5 = independiente para lavarse la cara, las manos y los dientes, peinarse y afeitarse.

Uso del retrete
0 = dependiente 5 = necesita alguna ayuda, pero puede hacer algo sólo. 10 = independiente (entrar y salir, limpiarse y vestirse)
Bañarse/Ducharse
0 = dependiente. 5 = independiente para bañarse o ducharse.
Desplazarse
0 = inmóvil 5 = independiente en silla de ruedas en 50 m. 10 = anda con pequeña ayuda de una persona (física o verbal). 15 = independiente al menos 50 m, con cualquier tipo de muleta, excepto andador.
Subir y bajar escaleras
0 = incapaz 5 = necesita ayuda física o verbal, puede llevar cualquier tipo de muleta. 10 = independiente para subir y bajar.
Vestirse y desvestirse
0 = dependiente 5 = necesita ayuda, pero puede hacer la mitad aproximadamente, sin ayuda. 10 = independiente, incluyendo botones, cremalleras, cordones, etc.
Control de heces:
0 = incontinente (o necesita que le suministren enema) 5 = accidente excepcional (uno/semana) 10 = continente
Control de orina
0 = incontinente, o sondado incapaz de cambiarse la bolsa. 5 = accidente excepcional (máximo uno/24 horas). 10 = continente, durante al menos 7 días.
Total = 0-100 puntos (0-90 si usan silla de ruedas)

Nota. Revista Española de Salud Pública., 1997, p.129.
Elaborado por: Barthel, M., 1955. *[Trad. 1993.]*

Para determinar el nivel de discapacidad física, se evalúan los resultados de la siguiente forma:

Tabla 31. Interpretación de "Shah et al", sobre la puntuación del Índice de Barthel

Puntuación	Calificación
De 0 a 20	Dependencia total
De 21 a 60	Dependencia severa
De 61 a 90	Dependencia moderada
De 91 a 99	Dependencia escasa
100 puntos	Independencia absoluta

Nota. Revista Española de Salud Pública., 1997, p.131.
Elaborado por: Shah S. Vanclay F. y Cooper B., 1989. *[Trad. 1993.]*

Usuarios idóneos:

Son aquellos con calificación de 61 puntos o más en la interpretación "Shah et al", respecto al Índice de Barthel, ya que el nivel de dependencia es moderado; es decir, requieren cuidados y atención medianos en el traslado, alimentación, aseo personal, entre otras.

Necesidad de valorar el nivel de discapacidad:

El uso de estas herramientas médicas es en forma administrativa, indispensable dentro del proyecto, debido a que permite establecer necesidades reales de los consumidores al momento de embarcarse e intervenir en los viajes turísticos, más no segregar o excluirlos de estos.

Destinos turísticos propuestos para su operación a priori:

En concordancia con los resultados obtenidos en el estudio de campo, a través de las encuestas, los sitios de visita turística preferidos son playas y aguas termales.

En principio la Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física del Distrito Metropolitano de Quito "TURISINCLUSIVE", propone para el desarrollo del proyecto los siguientes destinos con una breve explicación:

Objetivo: obtener beneficios curativos y tratamiento medicinal a través de aguas termales.

Destinos:

1. **Termas de Papallacta**

Situado en el límite fronterizo entre las Provincias de Pichincha y Napo, rodeado de cordilleras que dan origen a fuentes de aguas termales de contenido mineral, diferente temperatura acorde a la cercanía de la vertiente; estas son ideales para el tratamiento curativo de enfermedades o afecciones relacionadas al sistema óseo y nervioso.

Termas de Papallacta

Figura 64. Fotografía Termas Papallacta.
Fuente: GAD Municipal de Quijos – Napo.

- Frecuencia de operación propuesta: una vez por semana o previa reserva.

2. Termas y SPA “Chachimbiro”

Situado al noroeste del cantón Urcuquí, destaca por la majestuosidad del valle en donde nace la vertiente de aguas termales con propiedades curativas, que alimentan al balneario operado por el Gobierno Autónomo Descentralizado de Imbabura.

El complejo turístico cuenta con áreas de spa, relajación, sitios de hospedaje y turismo comunitario, los cuales brindan facilidades para el acceso a personas discapacitadas.

Las aguas termales medicinalmente actúan como regulador digestivo, purgativo, estimulante del sistema cardiovascular, diurético y del sistema nervioso central. Así como también antiinflamatorio en traumatismos, neuralgias, artritis y reumatismo.

Termas Chachimbiro

Figura 65. Fotografía Termas Chachimbiro.
Fuente: Empresa Pública Santa Agua Chachimbiro. GAD Provincia de Imbabura.

- Frecuencia de operación propuesta: quincenalmente o previa reserva.

3. Complejo turístico “Aguas Hediondas”

Situado en la frontera norte, entre Ecuador y Colombia (Provincia del Carchi y Departamento de Nariño), se caracteriza por el alto contenido de azufre y hierro en sus aguas, ideal para el tratamiento de enfermedades como la artrosis, artritis, várices, sinusitis, asma y problemas de la piel.

Se originan a través de vertientes subterráneas provenientes del Volcán Chiles en el lado colombiano. La temperatura oscila entre los 30° a 56° Celsius.

Complejo turístico “Aguas Hediondas”

Figura 66. Fotografía Piscina “Aguas Hediondas”.
Fuente: VIVA Travel Guides - Ecuador.

- Frecuencia de operación propuesta: una vez por semestre o previa reserva.

4. Baños de Agua Santa

Ubicada a 40 km al suroriente de Ambato, reúne varios atractivos dentro de un mismo sitio, combina turismo ecológico, aguas termales, centros de diversión, bailoterapia, entre otras.

Las aguas ferrosas tienen propiedades medicinales en el tratamiento de enfermedades renales, del hígado, aparato digestivo, al igual que en cuadros artríticos, circulatorios.

Baños de Agua Santa

Figura 67. Fotografía Piscinas "Termas de la Virgen". Baños - Tungurahua
Fuente: Blog de Kasandra Llerena.

- Frecuencia de operación propuesta: una vez por semana o previa reserva.

5. Termas: Baños de Cuenca

Ubicada a pocos kilómetros del centro urbano de Cuenca, se accede a través de la circunvalación de la Avenida de las Américas.

Científicamente son comprobadas sus bondades para el tratamiento del reumatismo, afecciones en vías respiratorias, anemia, estrés, acné, gastritis, cálculos biliares y ansiedad.

Baños de Cuenca

Figura 68. Fotografía Piscinas "Novaqua". Baños, Cuenca – Azuay.
Fuente: Página web Fundación Municipal Turismo Cuenca

- Frecuencia de operación propuesta: una vez por semestre o previa reserva.

6. Tonsupa, Atacames y Las Peñas

A 323 km, 327 km y 378 km respectivamente desde Quito, se encuentran las tres mejores playas de la Provincia de Esmeraldas.

Tonsupa y Atacames se caracterizan por brindar sol, arena, mar, centros de diversión nocturna, bares a sus visitantes.

Las Peñas, es una playa de relax prácticamente virgen. Este nuevo atractivo de la provincia verde, ofrece a los turistas el descanso perfecto de la bulliciosa vida citadina, además cuenta con infraestructura para el acceso de personas con discapacidad física.

Tonsupa, Atacames, Las Peñas

Figura 69. Fotografía: Atardecer típico playa Las Peñas - Esmeraldas.
Fuente: Blog Acuario 27 – Una visión de Ecuador al mundo

- Frecuencia de operación propuesta: una vez por trimestre o previa reserva.

7. **Salinas – Santa Elena**

Ubicada a 141 km de Guayaquil y 543 km de Quito, considerada la mejor playa del Ecuador, ofrece además del mar, sol y arena, atractivos como bailoterapia, discotecas, bares, spa, pequeños viajes en barco.

Salinas – Santa Elena

Figura 70. Fotografía: Playa de Chipipe – Salinas, Santa Elena.
Fuente: Foto de playa de Chipipe en Salinas – Ecuador. Wikipedia

- Frecuencia de operación propuesta: tour de fin de año o previa reserva.

3.2.3. Modelo de bus tipo

Acorde a la Norma NTE INEN 2292:2010, los buses diseñados para el transporte de personas con discapacidad física, deben cumplir con los siguientes requerimientos:

Requerimientos Técnicos Buses de Transporte para pasajeros con discapacidad

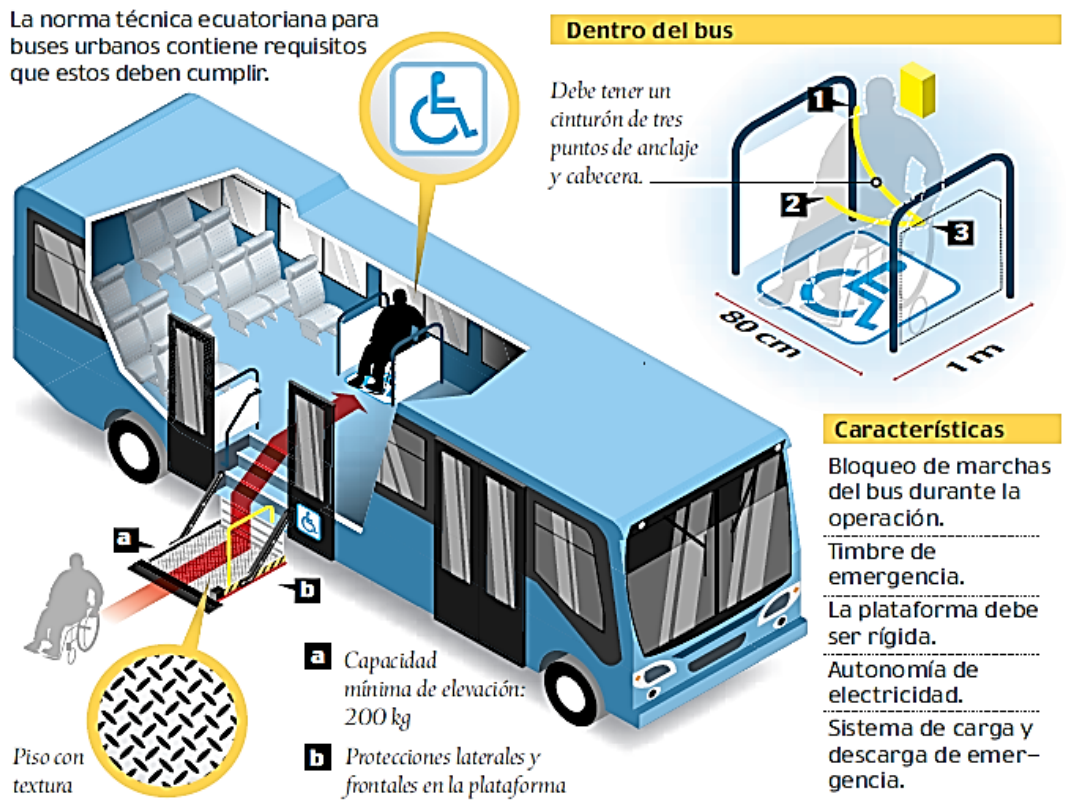


Figura 71. Infografía: el servicio para personas con discapacidad, según el INEN. (Parra, P., 2013)
Fuente: Reportaje: los accesos y espacios inadecuados en buses, 2 problemas en discapacidades. El Comercio, Quito – Ecuador, domingo 8 de diciembre del 2013.
Elaborado por: Pablo Parra, diario El Comercio – Quito, 2013.

Como muestra la figura anterior, el bus contratado para el turismo de personas con discapacidad física, contará con una plataforma que eleve tanto sillas de ruedas como andaderas, esta deberá soportar una carga mínima de 200kg provista de protecciones laterales - frontales, piso con textura, cinturón de tres puntos de anclaje, cabecera y apoyos adyacentes.

CAPÍTULO 4
ESTUDIO TÉCNICO Y FINANCIERO

4.1. Localización del proyecto

"La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio privado) u obtener el costo unitario mínimo (criterio social)". (Baca Urbina, G., 2013, p. 107)

4.1.1. Macrolocalización del proyecto

Logísticamente la operación administrativa del proyecto se ubicará en dos sectores del Distrito Metropolitano de Quito:

- **Central administrativa y financiera:** sector San Juan, calles Montevideo N13-157 y Nueva York.

Ubicación central administrativa

Figura 72. Mapa de ubicación: central administrativa TURISINCLUSIVE.
Fuente: Google Earth – 2014.

Uno de los socios aporta con la oficina ubicada en el sector de San Juan (Centro de Quito), calles Montevideo N13-157 y Nueva York. Este lugar es cercano a entidades públicas, privadas, asociaciones de jubilados y centros de atención para personas con discapacidad física.

- **Impulso de ventas y facturación:** Isla de venta ubicada en un importante centro comercial de la ciudad.

  Para determinar la ubicación del punto de venta, se analizan las siguientes variables:

  - Flujo de visitantes promedio por día.
  - Costo de alquiler de la isla.
  - Tamaño y presentación del local o isla.
  - Facilidad de acceso al centro comercial mediante líneas de transporte público.

El método para tomar la decisión de localizar el punto de venta en cualquiera de los centros comerciales de Quito, se basa en modelos matemáticos de escenarios optimistas y pesimistas, obtenidos a través de información recopilada en entrevistas verbales a los administradores de los mismos.

Los centros comerciales escogidos como posibles puntos de venta son: CC. El Recreo, CC. Iñaquito, CC. El Bosque.

Explicación de los escenarios:

- **Maximax:** escoge el mejor valor del escenario más optimista, es decir en el caso de visitas, del número máximo de visitantes por día, en costos, de los menores importes.
- **Maximin:** escoge el mejor valor del escenario más pesimista; es decir, en el caso de visitas, del número mínimo de visitantes por día, en costos, de los máximos importes.

- **Minimax:** elige el mínimo arrepentimiento entre los máximos arrepentimientos. Para calcular se escoge el mejor valor de cada columna: visitantes (mayor), costos (menor), a esto se resta todos las cantidades descritas en esta.
- **Igual probabilidad:** promedia los valores mínimos y máximos de visitantes – costos, escogiendo para el primero: el mayor; para el segundo: el menor.

a) Análisis por flujo de visitantes promedio por día

Tabla 32. Flujo diario de visitantes (promedio)

Centro Comercial	Mín	Máx	Optimista	Conserv.	Igual Probabilid.	Minimax		
			Maximax	Maximin		Mínimo	Máximo	Máxim Arrep.
El Recreo	300	2000	2000	300	1150	0	0	0
Iñaquito	250	1800	1800	250	1025	-50	-200	-50
El Bosque	100	1200	1200	100	650	-200	-800	-200

Nota. Investigación a través de entrevista verbal con los administradores de los centros comerciales.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 33. Explicación de resultados y decisión criterio a)

Criterio	Resultado	Análisis
Maximax	El Recreo	Tiene el mayor número de visitantes en días de alto nivel de compras.
Maximin	El Recreo	Tiene el mayor número de visitantes en días de bajo nivel de compras.
Igual Probabilidad	El Recreo	En promedio tiene el mayor número de visitantes por día.
Minimax	El Bosque	Entre los máximos arrepentimientos, es el que menor riesgo conlleva.
Decisión: arrendar la isla en el Centro Comercial El Recreo.		

Nota. Resultados Tabla 32. Flujo diario de visitantes (promedio)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

b) Análisis por costo de alquiler mensual

Tabla 34. Costo de alquiler mensual isla de ventas: 2 metros cuadrados (l = 2m; a = 2m; h = 1,60m)

Centro Comercial	Mín	Máx	Optimista	Conserv.	Igual Probabilid.	Minimax		
			Maximax	Maximin		Mínimo	Máximo	Máximo Arrep.
El Recreo	700	1000	700	1000	850	100	0	100
Iñaquito	600	1200	600	1200	900	0	200	200
El Bosque	800	1000	800	1000	900	200	0	200

Nota. Investigación a través de entrevista verbal con los administradores de los centros comerciales.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 35. Explicación de resultados y decisión criterio b)

Criterio	Resultado	Análisis
Maximax	Iñaquito	Tiene el menor costo de alquiler respecto al valor base de arrendamiento.
Maximin	El Recreo El Bosque	Tiene el menor costo entre los valores máximos de alquiler mensual.
Igual Probabilidad	El Recreo	En promedio tiene el menor importe de arrendamiento mensual.
Minimax	El Recreo	Entre los máximos arrepentimientos, es el que menor costo tiene.
Decisión: arrendar la isla en el Centro Comercial El Recreo.		

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

c) Análisis por costo de concesión inicial y cuota anual de mantenimiento

Tabla 36. Costo concesión de alquiler isla de ventas y cuota extra anual (monto no reembolsable). Inicio de operaciones.

Centro Comercial	Costo	Cuotas Extras	Por valor de concesión	Por valor de cuotas extras	Igual Probabil.	Minimax		
			Maximax	Maximax		Mínimo	Máximo	Máximo Arrep.
El Recreo	3000	0	3000	0	1500	2400	-1000	2400
Iñaquito	2000	800	2000	800	1400	1400	-200	1400
El Bosque	4000	1600	4000	1600	2800	3400	600	3400
***Explicación:** el valor de las cuotas extras es anual								

Nota. Investigación a través de entrevista verbal con los administradores de los centros comerciales.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 37. Explicación de resultados y decisión criterio c)

Criterio	Resultado	Análisis
Maximax (Valor de concesión)	Iñaquito	Tiene el menor costo en cuotas extras y costo de concesión de alquiler al iniciar operaciones.
Maximax (Valor cuotas extras)	El Recreo	Tiene el menor costo de cuota extra mensual.
Igual Probabilidad	Iñaquito	En promedio tiene el menor importe de concesión y cuota extra en el primer año.
Minimax	Iñaquito	Entre los máximos arrepentimientos, es el que menor costo tiene.
Decisión: arrendar la isla en el Centro Comercial Iñaquito. * Se toma en cuenta si no se tiene el suficiente dinero para concesionar el espacio a corto plazo, caso contrario la decisión correcta sería en El Recreo, debido a que no se debe pagar ningún tipo de cuota extra anual más que la concesión inicial.		

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

d) Tamaño y presentación del local o isla.

Este punto de análisis no se convierte en un factor importante al momento de generar una decisión respecto al punto de venta, debido a que en los tres centros comerciales indican que el tamaño de la isla es: dos metros de largo por dos de ancho y un metro sesenta centímetros de alto (2 x 2 x 1,6).

e) Facilidad de acceso al centro comercial mediante líneas de transporte público

Centro Comercial El Recreo:

- Trolebús: Terminal El Recreo
- Ecovía
- Cooperativa de Transportes Nacional: Ruta Ferroviaria - Camal – Hipódromo
- Latina Ruta 5: Marín – Chillogallo.
- Transzeta Ruta 3: Camal – Universidad Central.
- Bellavista: Colón – Camal

Centro Comercial Iñaquito:

- Trolebús: Parada Estadio (a cuatro cuadras)
- Tesur Ruta 23: Estadio Olímpico – Chillogallo – Cristo Rey
- Semygflor Ruta 21: Carapungo – El Ejido
- Águila Dorada: Roldós – Estadio Olímpico, Cotocollao – Parlamento, Condado – Congreso.
- Catar Ruta 27: Carcelén – Galo Plaza – Parlamento, Inca – Jipijapa – Parlamento.
- El Rocío - Estadio

Centro Comercial El Bosque:

- Mitad del Mundo. (Redondel de Miraflores – Mitad del Mundo)
- San Carlos
- Rapitrans – San Carlos
- El Bosque – Av. Brasil - 12 de octubre (Diario Últimas Noticias, 2011)

e.1) Decisión:

Por abastecimiento de líneas de transporte público sería el Centro Comercial El Recreo, debido a que los servicios de transporte Trolebús y Ecovía son 24 horas en forma ininterrumpida y frecuente. Cuenta además con la mayor cantidad de rutas (6 en total).

4.1.1.1. Pauta aceptada para la decisión final del sitio de ubicación de la isla de ventas

Acorde a los resultados obtenidos en los literales a) al e), el punto idóneo para el impulso de ventas es el Centro Comercial El Recreo; por tanto, queda establecido como lugar donde se instalará la isla comercializadora de tours.

Ubicación punto de venta y facturación

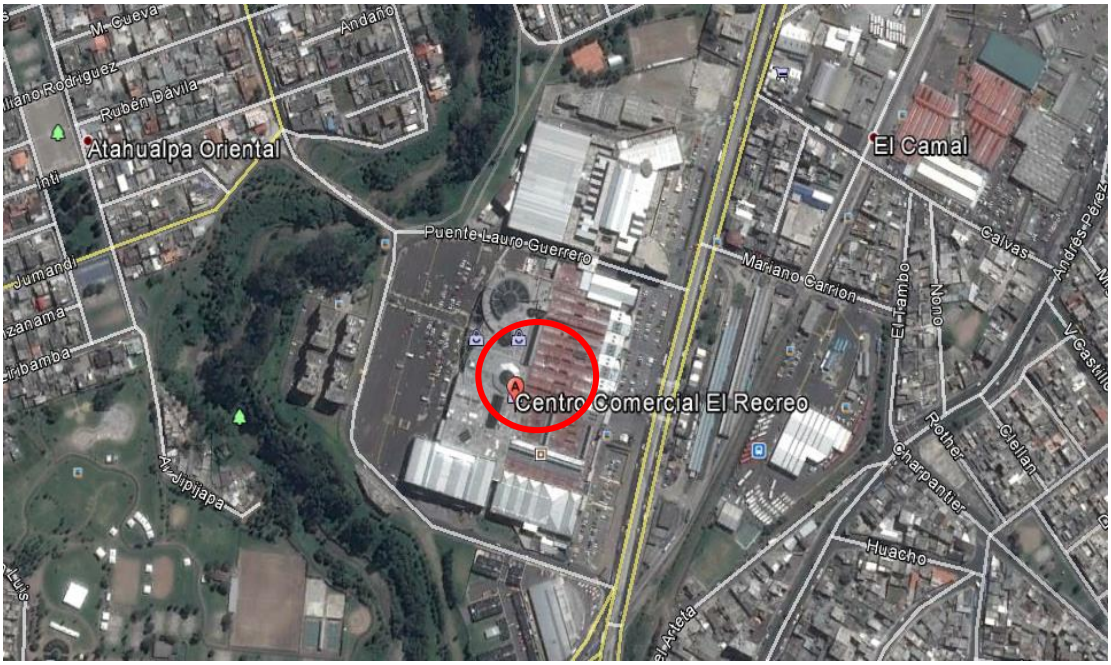


Figura 73. Mapa de ubicación: impulso de ventas y facturación - TURISINCLUSIVE.
Fuente: Google Earth – 2014.

- La isla comercial se ubicará dentro del Centro Comercial "El Recreo". (Avenida Pedro Vicente Maldonado y Lauro Guerrero – Planta Baja, acceso 1).

4.1.2. Microlocalización del proyecto

a) Administración:

La oficina administrativa, ubicada en las calles Montevideo N13-157 y Nueva York, se presenta arquitectónicamente así:

Plano: oficina administrativa TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.

Figura 74. Plano oficina de administración "TURISINCLUSIVE" Cía. Ltda.
Elaborado por: Daniel Emilio Vinueza Morales

b) Ventas y facturación:

Todos los centros comerciales sin excepción tienen como política al momento de alquilar un stand o isla comercial, que esta debe estar diseñada mediante un plano que explique las necesidades.

De acuerdo al reglamento para concesión de espacios comunales del Centro Comercial "El Recreo", el stand tiene un área de $4m^2$, es decir, de 2 metros de largo por 2 de ancho.

Entre los requisitos consta que debe ser diseñado por un profesional arquitecto o diseñador y constar de iluminación LED.

Por tanto la presentación de la isla de ventas de TURISINCLUSIVE es:

Quiosco – isla de ventas TURISINCLUSIVE centro comercial

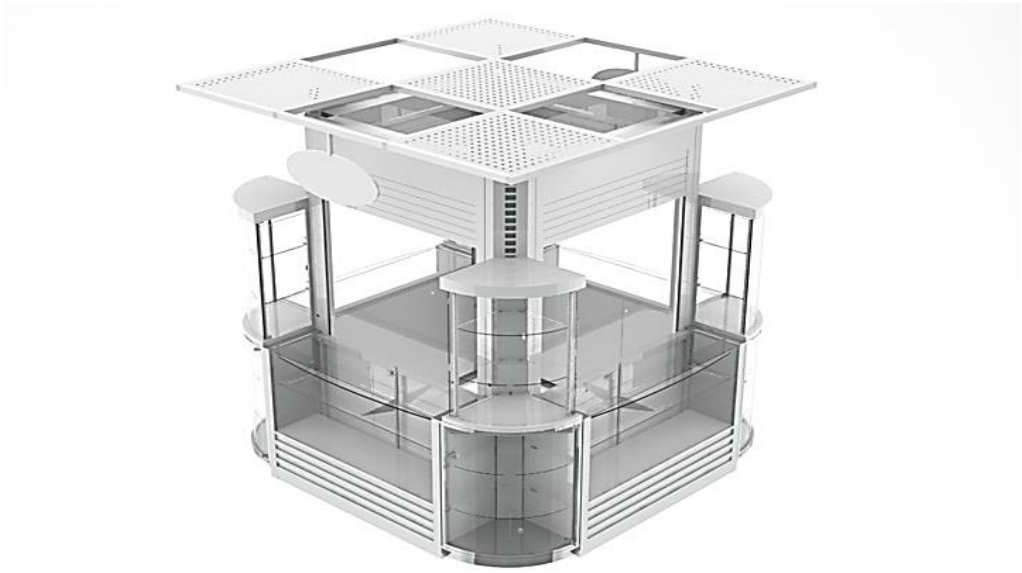


Figura 75. Stand isla centro comercial. Punto de venta TURISINCLUSIVE Cía. Ltda.
Fuente: Página web corporativa DEMETALICOS

Básicamente el quiosco contendrá como equipo tecnológico: una laptop, impresora, scanner, servicio de internet.

Para promoción: flyers informativos, revistas y catálogos.

Posters y plóters alusivos a los destinos turísticos, promociones, rótulo con el logo de la empresa.

4.2. Ingeniería del proyecto

> Tiene por objeto resolver todo lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta. Desde la descripción del proceso, adquisición del equipo y maquinaria. La distribución óptima de la planta, hasta definir la estructura jurídica y de organización… (Baca Urbina, G., 2013, p. 109)

Al tratarse de una empresa de servicios turísticos, la ingeniería del proyecto responde todo lo relacionado al proceso de desarrollo, establecimiento, venta y ejecución de los diferentes Tours.

Tabla 38. Proceso para establecer los servicios turísticos como producto final.

Estado inicial	+	Proceso transformador	=	Producto final
Insumos: Destino Acceso Facilidades		Proceso: 1. Evaluación de las facilidades de acceso al destino. 2. Análisis de costos e infraestructura que brinda el lugar turístico. 3. Diseño de ruta de viaje (tiempos y distancia). 4. Elección del destino. Organización: 1. Los tours requieren del acompañamiento de un médico, fisioterapista y un ayudante.		El resultado del proceso transformador son los tours para personas con discapacidad física.

Nota. Proceso de producción. (Baca Urbina, G., 2013, p. 111)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.2.1. Gestión de talento humano

La estructura orgánica de la compañía identifica diferentes niveles jerárquicos. Al ser una pequeña empresa, no cuenta con una amplia distribución, por tanto el modelo de mando lineal es ideal para el desarrollo de actividades comerciales.

Organigrama Empresa Operadora de Turismo Inclusivo "TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA."

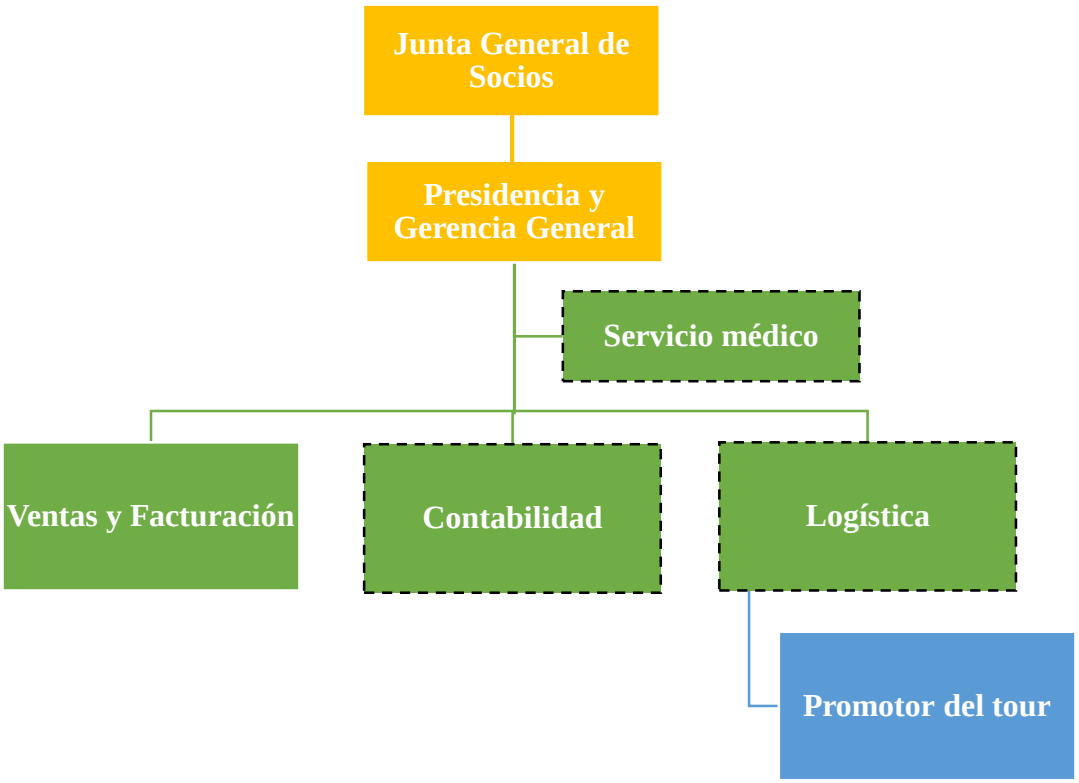


Figura 76. Organigrama TURISINCLUSIVE Cía. Ltda.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Descripción de funciones y competencias por nivel jerárquico

Nivel directivo:

Tabla 39. Esquema funcional y de competencias: Junta General de Socios

<table>
<tr><td colspan="3">Descripción de puestos</td><td colspan="3">Código: T-INCLUSIVE-PG-001
Fecha: 2014 – 12 – 05</td></tr>
<tr><td colspan="6">Identificación general</td></tr>
<tr><td colspan="3">Nombre genérico: Junta General de Socios</td><td colspan="3">Nivel jerárquico: 001</td></tr>
<tr><td>Ubicación:</td><td colspan="2">Primero en el nivel directivo.</td><td colspan="2">Perfiles laborales inferiores:
- Presidencia y Gerencia General
- Servicio Médico
- Ventas y Facturación
- Contabilidad
- Logística</td><td>Nivel:
Directivo</td></tr>
<tr><td colspan="2">Poder de decisión:</td><td>Mandatorio para todos los niveles.</td><td colspan="3">Distribución de utilidades:
De acuerdo al número de participaciones</td></tr>
<tr><td colspan="6">Misión: Tomar todas las decisiones relativas a inversión, crecimiento, alianzas estratégicas y demás concernientes a la operación administrativo – financiera de la empresa.</td></tr>
<tr><td colspan="2">Conformación:</td><td>Mandatorio para todos los niveles.</td><td colspan="3">Distribución de utilidades:
De acuerdo al número de participaciones por socio.</td></tr>
<tr><td colspan="6">Mapa funcional</td></tr>
<tr><td>Nº</td><td colspan="2">Función principal</td><td colspan="3">Resultado</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Ser el máximo órgano de decisión de la compañía en materias propias de su competencia.</td><td colspan="3">Definir políticas, procesos administrativos y financieros de la empresa.</td></tr>
<tr><td rowspan="2">Nº</td><td rowspan="2" colspan="2">Funciones especificas</td><td colspan="3">Frecuencia</td></tr>
<tr><td>Permanente</td><td>Periódico</td><td>Ocasional Tiempo</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Representar a todos los socios, quedando sometidos a sus decisiones, en relación a los asuntos propios de su competencia, incluso para los disidentes y no asistentes a la reunión, sin perjuicio de los derechos de impugnación establecidos legalmente.</td><td>X</td><td></td><td></td></tr>
</table>

Nº	Funciones especificas	Frecuencia		
		Permanente	Periódico	Ocasional tiempo
2	Nombrar al representante legal de la compañía, quien será el que represente a la entidad ante todos los ámbitos jurídicos, sociales.			X
3	Remover por causa justificada, de conformidad con la ley o reglamentos pertinentes a los empleados cuyo contrato corresponde efectuar a la Junta General de Socios.		X	
4	Presentar de común acuerdo entre la Junta de Socios a la persona idónea, para que sea nombrado Presidente - Gerente de la Empresa.			X
5	Aprobar los reglamentos internos de la empresa y los que se refieran al control de personal y al uso de equipos e instalaciones.		X	
6	Conocer sobre la excusa o renuncia cuando presentare el Presidente - Gerente de la Empresa.			X
7	Conocer los informes de Presidencia - Gerencia.	X		
8	Evaluar anualmente la marcha económica, técnica y administrativa de la empresa.	X		
Ámbito de competencia				
Nº	**Competencias**	**Frecuencia**		
		Permanente	**Periódico**	**Ocasional tiempo**
1	Modificar los estatutos sociales, confirmar o rectificar la interpretación de los mismos.			X

Nº	Competencias	Frecuencia		
		Permanente	Periódico	Ocasional tiempo
2	Decidir sobre la aprobación de las cuentas anuales individuales y consolidadas, aplicación del resultado de cada ejercicio, así como examinar y aprobar, en su caso, la gestión social.	X		
3	Acordar la disolución, liquidación de la EOTIPDF y operaciones cuyo efecto sea equivalente al de liquidación social.			X
4	Aprobar o ratificar la enajenación por venta o cualquier otro título de activos operativos esenciales o cualquier otra operación que entrañe modificación efectiva del objeto social o de las principales actividades mercantiles.		X	
5	Determinar la forma de reparto de los beneficios sociales, tomando a consideración la propuesta realizada por Presidencia.	X		

Atribuciones:

Toma de decisiones mandatarias dentro de la empresa.

Recursos utilizados			
Tecnología	**Herramientas**	**Materiales**	**Otros**
Impresora	Cartuchos en blanco y negro	Hojas	
Laptop	Cargador y batería	Luz eléctrica	
Escáner	Conector USB	Luz eléctrica	

Condiciones de trabajo	
Lugar	**Tipo de trabajo**
Sala de sesiones – Oficina Administrativa	En oficina, tomando decisiones y debatiendo respecto al estado de la empresa.

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Nivel ejecutivo:

Tabla 40. Perfil ocupacional: Presidencia y Gerencia General

<table>
<tr><td colspan="3">Descripción de puestos</td><td colspan="2">Código: T-INCLUSIVE-PG-002
Fecha: 2014 – 12 – 05</td></tr>
<tr><td colspan="5">Identificación general</td></tr>
<tr><td colspan="3">Nombre del puesto: Presidente – Gerente General</td><td colspan="2">Nivel jerárquico: 002</td></tr>
<tr><td colspan="2">Dirección:</td><td colspan="3">Presidencia y Gerencia General</td></tr>
<tr><td>Ubicación:</td><td>Primero en el nivel ejecutivo</td><td colspan="2">Perfiles laborales inferiores:
- Servicio Médico
- Ventas y Facturación
- Contabilidad
- Logística</td><td>Nivel:
Ejecutivo</td></tr>
<tr><td>Reporta a:</td><td>Junta General de Socios</td><td colspan="3">Remuneración:
USD$ 600,00</td></tr>
<tr><td colspan="5">Misión: ser la persona que a través de sus conocimientos y gestiones administrativas, facilite la proximidad del dialogo con las autoridades involucradas en el proceso gerencial de la empresa.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Relaciones internas</td></tr>
<tr><td>Nº</td><td colspan="2">Contacto</td><td colspan="2">Propósito</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Junta General de Socios</td><td colspan="2">A través de resultados dar a conocer la marcha administrativa, técnica y financiera de la empresa.</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">Con todos los niveles inferiores</td><td colspan="2">Involucrar a todos los empleados en el proceso de gestión de la empresa.</td></tr>
<tr><td colspan="5">Relaciones externas</td></tr>
<tr><td>Nº</td><td colspan="2">Contacto</td><td colspan="2">Propósito</td></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Con entidades que requieren los servicios ofertados.</td><td colspan="2">Coordinar directamente en los procesos de gestión con la Junta de Socios.</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">Proveedores</td><td colspan="2">Gestionar acciones administrativas y de negocios referentes al ámbito de acción de la empresa.</td></tr>
<tr><td>3</td><td colspan="2">Instituciones Bancarias</td><td colspan="2">Relacionadas al manejo de dinero - efectivo en las cuentas bancarias.</td></tr>
</table>

Mapa funcional					
Nº	**Función principal**		**Resultado**		
1	Desarrollar el plan de trabajo de la empresa para el año de acuerdo a los requerimientos de las distintas unidades administrativas y operativas.		Definir la gestión de procesos administrativos y financieros de la empresa, elaboración del Plan Operativo Anual (POA).		
Nº	**Funciones especificas**	**Resultado**	**Frecuencia**		
			Permanente	**Periódico**	**Ocasional tiempo**
1	Planificar las actividades diarias de las distintas unidades administrativas y operativas que integran la empresa.	Asesorar a las unidades operacionales y administrativas de la empresa.	X		
2	Organizar las labores de las unidades administrativas, dotándoles de los recursos y materiales necesarios para llevar a cabo sus actividades.	Apoyar las actividades de las diversas unidades administrativas.	X		
3	Coordinar y agilizar asuntos demandados a Presidencia – Gerencia General.	Análisis previo, continuo y posterior de las actividades técnico – administrativas		X	

Nº	FUNCIONES ESPECIFICAS	RESULTADO	FRECUENCIA		
			Permanente	Periódico	Ocasional Tiempo
4	Ejecutar trabajos especiales que le sean asignados por la Junta de Socios.	Sus recursos técnicos son optimizados, logrando la capitalización del Talento Humano.			X
5	Efectuar evaluaciones periódicas de desempeño, detectando posibles desviaciones e implementando medidas correctivas necesarias para el alcance de objetivos institucionales anuales.	Se efectúan evaluaciones del desempeño y de los trabajos realizados.	X		
6	Colaborar con la venta de tours en el stand del centro comercial dos días por semana.	Evita el pago de horas extras al vendedor.		X	

Competencias requeridas			
Competencias genéricas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Liderazgo	X		
Pensamiento estratégico	X		
Iniciativa	X		

Competencias requeridas			
Competencias genéricas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Planificación	X		
Comprensión del entorno organizacional	X		
Trabajo en equipo	X		
Administración de la información	X		
Adaptabilidad	X		
Delegación de autoridad	X		
Energía	X		
Conocimiento en relaciones humanas	X		
Competencias técnicas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Profundidad en el conocimiento de los procesos de gestión	X		
Trabajo en equipo	X		
Autoridad	X		
Comunicación	X		
Negociación	X		
Competencias específicas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Confianza en sí mismo	X		
Resolución de problemas técnicos y humanos	X		
Control		X	
Obtención de resultados	X		
Evaluar actividades de los subalternos		X	
Visión de futuro	X		

Responsabilidades	Baja	Moderada	Alta
Equipos: Bienes muebles e inmuebles de la empresa.			X
Toma de decisiones: De acuerdo a las disposiciones emanadas de la Junta General de Socios.			X

Responsabilidades	Baja	Moderada	Alta
Información confidencial: Su nivel jerárquico así lo determina.			X

Atribuciones: Toma de decisiones con ética profesional y energía			
Recursos utilizados			
Tecnología	**Herramientas**	**Materiales**	**Otros**
Impresora	Cartuchos en blanco y negro	Hojas	
Laptop	Cargador y batería	Luz eléctrica	
Escáner	Conector USB	Luz eléctrica	

Otras especificaciones del trabajo			
Experiencia:	6 meses		
Idioma: Español	**Hablado:** 100%		**Escrito:**100%
Idioma: Inglés	**Hablado:** 50%		**Escrito:** 50%
Edad: 25 Años	**Estado civil:** Independiente	**Género:** M o F	**Horario:** 09:30 a 18:00

Capacitación				
No.	**Cursos- seminarios:**	**Nivel**		
		Básico	**Medio**	**Avanzado**
1	Manejo portales web redes sociales.	X		
2	Manejo portales bancarios.		X	
3	Atención al cliente, relaciones humanas y turismo.			X

Condiciones de trabajo		
Lugar	**Tipo de trabajo**	**Riesgos**
Oficina Presidencia	Sentado, de pie, caminando y movilizándose constantemente en vehículo. El trabajo se realiza principalmente en oficina, pero también es necesario su traslado interno y externo. Colabora ocasionalmente en el stand de ventas. (2 días por semana).	Stress laboral

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Nivel Asesor:

Tabla 41. Perfil ocupacional: Servicio Médico

<table>
<tr><th colspan="5">Competencias laborales</th></tr>
<tr><td colspan="3" rowspan="2">Descripción de puestos</td><td colspan="2">Código: T-INCLUSIVE-PG-003-A</td></tr>
<tr><td colspan="2">Fecha: 2014 – 12– 05</td></tr>
<tr><th colspan="5">Identificación general</th></tr>
<tr><td colspan="3">Nombre del puesto: Médico Fisioterapista</td><td colspan="2">Nivel jerárquico: 003</td></tr>
<tr><td colspan="2">Dirección:</td><td colspan="3">Servicio Médico</td></tr>
<tr><td>Ubicación:</td><td>Tercero</td><td colspan="2">Perfiles laborales:
Asesoría a Presidencia – Gerencia y Logística (Promotor del tour)</td><td>Nivel:
Asesor</td></tr>
<tr><td>Reporta a:</td><td>Presidente - Gerente General</td><td colspan="3">Remuneración:
Honorarios por tour</td></tr>
<tr><td colspan="5">Misión: Velar por la salud física e integral de los usuarios en el desarrollo de los tours operados por TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.</td></tr>
<tr><th colspan="5">Relaciones internas</th></tr>
<tr><th>Nº</th><th colspan="2">Contacto</th><th colspan="2">Propósito</th></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Presidencia y Gerencia General</td><td colspan="2">Informar sobre la atención médica brindada a los clientes de la empresa.</td></tr>
<tr><td>2</td><td colspan="2">Promotor Turístico</td><td colspan="2">Coordinar en la ejecución de los tours.</td></tr>
<tr><th colspan="5">Relaciones externas</th></tr>
<tr><th>Nº</th><th colspan="2">Contacto</th><th colspan="2">Propósito</th></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Hospitales y clínicas locales de los destinos turísticos visitados.</td><td colspan="2">Traslado de los clientes de la operadora en caso de no poder resolver su estado de salud con los instrumentos médicos al alcance.</td></tr>
<tr><th colspan="5">Mapa funcional</th></tr>
<tr><th>Nº</th><th colspan="2">Función principal:</th><th colspan="2">Resultado:</th></tr>
<tr><td>1</td><td colspan="2">Prestar atención médica a los clientes en el desarrollo de las excursiones.</td><td colspan="2">Satisfacción en la atención y servicio por parte de los usuarios.</td></tr>
</table>

Nº	Funciones especificas	Resultado	Frecuencia		
			Permanente	Periódico	Ocasional tiempo
1	Diagnóstico médico de los clientes que requieran atención en el desarrollo del tour.	Seguimiento del estado de salud de los viajeros en el desarrollo del tour.	X		
2	Atención médica a los pacientes en el tour.	Salvaguardar la integridad en la salud de los turistas.	X		
3	Control de la medicación que ingieran los turistas.	Bienestar en la salud de los clientes.	X		
4	Atención médica oportuna en caso de necesidad y emergencia.	Evitar inconvenientes dentro del viaje.	X		

Competencias requeridas			
Competencias genéricas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Buena presentación	X		
Trato amable	X		
Trabajo en equipo		X	
Calidad moral	X		
Facilidad de palabra	X		
Dinamismo		X	
Honestidad	X		
Responsable	X		
Discreción		X	
Liderazgo			X

Competencias técnicas					
Competencias			**Nivel**		
			A	**B**	**C**
Conocimiento de Medicina General			X		
Atención a pacientes bajo presión			X		
Estadística				X	
Responsabilidades		**Baja**	**Moderada**		**Alta**
Equipos: Camilla, instrumental médico (estetoscopio, laringoscopio, glucómetro, tensiómetros)					X
Responsabilidades		**Baja**	**Moderada**		**Alta**
Información Confidencial: Es responsable de guardar discreción de la información que genere su área.			X		
Otras especifique:					
Atribuciones: Recetar medicina, dar seguimiento a tratamientos médicos.					
Recursos utilizados					
Tecnología	**Herramientas**	**Materiales**	**Otros**		
Laptop	Cargador y batería	Luz eléctrica			
Glucómetro	Batería	Lancetas	Gasas, Chek Perform		
Estetoscopio		Gasas esterilizadas	Gasas, alcohol		
Laringoscopio	Pilas AA	Cargador de pilas	Alcohol, franela esterilizada.		
Tensiómetro	Pilas AA	Cargador de pilas			
Otras especificaciones del trabajo					
Experiencia:	1 año en cargos similares				
Idioma: Español	**Hablado:** 100%		**Escrito:**100%		
Edad: 30 Años	**Estado Civil:** Independiente	**Género:** M o F	**Horario:** De acuerdo a la necesidad en el tour.		
Capacitación					
No.	**Cursos- seminarios:**	**Nivel**			
		Básico	**Medio**		**Avanzado**
1	Médico General (carrera total)		X		
2	Fisioterapia				X

Capacitación				
No.	**Cursos- seminarios:**	**Nivel**		
		Básico	**Medio**	**Avanzado**
3	Relaciones humanas		X	

Condiciones de trabajo		
Lugar	**Tipo de trabajo**	**Riesgos**
En el transporte y destino del tour (acompañante)	Atención médica fuera del consultorio. Es acompañante permanente en el tour.	Stress laboral

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Nivel Operativo:

Tabla 42. Perfil ocupacional: Ventas y facturación

Descripción de puestos		**Código:** T-INCLUSIVE-PG-003	
		Fecha: 2014 – 12– 08	
Identificación general			
Nombre del puesto: Vendedor - facturador		**Nivel jerárquico:** 004	
Dirección:		Ventas y facturación	
Ubicación:	Primero en el nivel operativo	**Perfiles laborales inferiores:** Ninguno	**Nivel:** Operativo
Reporta a:	Presidencia – Gerencia General	**Remuneración:** USD$ 420,00	
Misión: Brindar su capacidad, habilidad y destreza para vender al cliente los servicios y paquetes turísticos.			

Relaciones internas		
Nº	**Contacto**	**Propósito**
1	Presidencia - Gerencia	Dar a conocer al nivel superior la marcha en el proceso y gestión de ventas de la empresa.

Relaciones externas		
N°	**Contacto**	**Propósito**
1	Con empresas que soliciten servicios turísticos.	Coordinar directamente en los procesos de ventas con Presidencia - Gerencia General.
2	Clientes	Ofertar y concretar la venta de paquetes turísticos.

Mapa funcional					
Nº	**Función principal:**			**Resultado:**	
1	Vender los paquetes y servicios turísticos ofertados por TURISINCLUSIVE.			Obtener réditos financieros en la venta de servicios que ofrece la empresa.	
Nº	**Funciones especificas**	**Resultado**	**Frecuencia**		
			Permanente	**Periódico**	**Ocasional tiempo**
1	Vender los tours	Ingresar al mercado y competencia con servicios de calidad	X		
2	Comercializar y ampliar mercados conjuntamente con el promotor de tours.	Proporciona ingresos financieros.	X		
3	Organizar las actividades de ventas, con la divulgación e información al cliente, sobre programas de descuentos o promociones.	Determinar técnicas de ventas, pensando en la competencia.	X		
Competencias requeridas					
Competencias genéricas					
Competencias			**Nivel**		
			A	**B**	**C**
Liderazgo en el campo de las ventas			X		
Pensamiento estratégico			X		
Iniciativa			X		
Planificación estratégica			X		
Información en el ámbito comercial			X		

Competencias técnicas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Gestión empresarial	X		
Poder de negociación	X		

Competencias técnicas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Autoridad	X		
Comunicación	X		

Competencias específicas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Obtención de resultados	X		
Control	X		
Poder de convencer al cliente	X		
Visión de futuro	X		

Responsabilidades	**Baja**	**Moderada**	**Alta**
Equipos: Responsabilidad ante los potenciales clientes. Materiales y suministros bajo su custodio.			X
Toma de decisiones: De acuerdo a disposiciones emanadas de la Presidencia - Gerencia General			X
Información Confidencial: Documentos y bienes bajo su custodio			X
Otras especifique:			

Atribuciones:

Toma de Decisiones con Ética Profesional.

Recursos utilizados			
Tecnología	**Herramientas**	**Materiales**	**Otros**
Impresora	Cartuchos en blanco y negro.	Hojas	Suministros de oficina.
Computadora	Luz y batería	Luz eléctrica	

Otras especificaciones del trabajo			
Experiencia:	1 año en cargos similares		
Idioma: Español	**Hablado:** 100%		**Escrito:**100%
Edad: 25 Años	**Estado Civil:** Independiente	**Género:** M o F	**Horario:** 10:00 a 19:00

Capacitación				
N°	**Cursos- seminarios:**	**Nivel**		
		Básico	**Medio**	**Avanzado**
1	Título de Bachiller (cualquier especialidad).			X
2	Manejo portales web de ventas.			X
3	Manejo sistemas bancarios.			X
4	Conocimiento de trámites de comercialización.			X

Condiciones de trabajo		
Lugar	**Tipo de trabajo**	**Riesgos**
Isla de ventas (Centro Comercial)	El trabajo se realiza principalmente en el punto de venta.	Manejo de maquinarias, equipos y stress laboral.

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 43. Perfil ocupacional: Contabilidad

Competencias laborales			
Descripción de puestos		**Código:** T-INCLUSIVE-PG-004-EX	
		Fecha: 2014 – 12– 10	
Identificación general			
Nombre del puesto: Contador		**Nivel jerárquico:** 005	
Dirección:		Contabilidad	
Ubicación:	Primero en el nivel operativo.	**Perfiles laborales inferiores:** Ninguno	**Nivel:** Operativo
Reporta a:	Presidente – Gerente General	**Remuneración:** Honorarios profesionales	
Misión: Clasificar, analizar, resumir y registrar diariamente las transacciones comerciales efectuadas por la empresa.			

Relaciones internas		
Nº	**Contacto**	**Propósito**
1	Presidente – Gerente General	Dar a conocer el estado contable e informe económico de la empresa.
2	Junta General de Socios	Presentar el Balance General, de resultados y flujo de caja de la entidad para su aprobación.

Relaciones externas		
Nº	**Contacto**	**Propósito**
1	Entidades bancarias	Comparación saldo estado de cuenta con el libro de Bancos.
2	Servicio de Rentas Internas, Municipio de Quito, Ministerio de Turismo.	Declaración de impuestos: IVA, ICE, Impuesto a la Renta, 1*1000 del Total de Activos, etc.

Mapa funcional					
Nº	**Función principal**		**Resultado**		
1	Registrar las transacciones comerciales de la entidad y la elaboración de balances.		Conocimiento del resultado contable dentro del año fiscal.		
Nº	**Funciones especificas**	**Resultado**	**Frecuencia**		
			Permanente	**Periódico**	**Ocasional tiempo**
1	Registro de transacciones en el libro diario y mayorización.	Registro de las transacciones en los 2 primeros libros.	X		
2	Elaboración del Balance de Comprobación y el Estado de Resultados.	Prueba para conocer si se ha realizado el registro en el libro mayor.		X	
3	Elaboración del Balance General y Estado de Flujo del Efectivo	Conocimiento de la situación contable de la empresa.		X	
4	Archivo contable de toda clase de documentos descritos en la LORTI.	Evitar sanciones del SRI, y problemas judiciales.		X	

Competencias requeridas			
Competencias genéricas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Buena presentación		X	
Trabajo en equipo		X	
Calidad moral	X		
Facilidad de palabra		X	
Dinamismo	X		
Honestidad	X		
Responsable	X		
Discreción	X		
Liderazgo		X	
Iniciativa		X	
Competencias técnicas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Manejo de internet		X	
Toma de decisiones		X	
Declaración de impuestos y haberes al IESS	X		
Conocimiento Contabilidad General	X		
Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno	X		
Conocimiento del Reglamento de Aplicación de la LORTI	X		
Conocimiento del Código del Trabajo		X	
Conocimientos de manejo de software contable		X	
Declaración de impuestos de forma online		X	
Empowerment			X

Responsabilidades	**Baja**	**Moderada**	**Alta**
Equipos:			
Laptop			X
Impresora		X	
Escáner	X		
Manejo de personal:			
Ninguno			X

Responsabilidades	Baja	Moderada	Alta
Información Confidencial: Es responsable de guardar reserva de la información que genere su área.			X
Otras especifique:			
Atribuciones: Diseño de asignación de recursos para la entidad.			

Recursos utilizados			
Tecnología	**Herramientas**	**Materiales**	**Otros**
Impresora	Cartuchos en blanco y negro	Hojas	
Laptop	Cargador y batería	Luz eléctrica	
Escáner	Conector USB	Luz eléctrica	

Otras especificaciones del trabajo			
Experiencia:	1 año en cargos similares		
Idioma: Español	**Hablado:** 100%		**Escrito:**100%
Edad: 24 años en adelante	**Estado Civil:** Indistinto	**Género:** M o F	**Horario:** Acorde a la necesidad

Capacitación				
N°	**Cursos- seminarios:**	**Nivel**		
		Básico	**Medio**	**Avanzado**
1	Contador Público Autorizado, Contador Bachiller Autorizado (Para el primero total o en curso, para el segundo total).			X
2	Manejo de paquetes contables y Microsoft Office.		X	
3	Manejo del DIM formularios y del DIM anexos.			X

Condiciones de trabajo		
Lugar	**Tipo de trabajo**	**Riesgos**
Oficina administración	En la oficina, realizando cada una de las funciones antes descritas.	Stress laboral

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 44. Perfil ocupacional: Logística

Competencias laborales			
Descripción de puestos		**Código:** T-INCLUSIVE-PG-005	
		Fecha: 2014 – 12– 10	
Identificación general			
Nombre del puesto: Jefe de Logística		**Nivel jerárquico:** 006	
Dirección:		Logística	
Ubicación:	Primero en el nivel operativo.	**Perfiles laborales inferiores:** Promotor del tour	**Nivel:** Operativo
Reporta a:	Presidente Gerente General	**Remuneración:** Honorarios Profesionales	
Misión: Definir ruta, tiempo, lugares de visita, costos y accesibilidad.			

Relaciones internas		
Nº	**Contacto**	**Propósito**
1	Presidente – Gerente General	Presentar el diseño del tour (destino, transporte, ruta, costos y accesibilidad).
2	Junta General de Socios	Presentar el informe anual de la operación turística realizada por la empresa.

Relaciones externas		
Nº	**Contacto**	**Propósito**
1	Hoteles	Definir tiempos de estancia y costos individuales por cliente.
2	Administradores de sitios turísticos	Organizar periodos de estadía, costos individuales por cliente o grupos.
3	Restaurantes, servicios de catering	Establecer menús y costos individuales o grupales por clase de cliente.
4	Cooperativas de transporte	Determinar costos, ruta, tiempo estimado de viaje.

Mapa funcional		
Nº	**Función principal**	**Resultado**
1	Cerrar negociaciones por paquetes de servicios turísticos (visita, alimentación y hospedaje) grupal e individual por cliente.	Planificación - ejecución operativa con mínimo margen de error, respaldado por investigación y análisis económicos previos.

Nº	Funciones especificas	Resultado	Frecuencia		
			Permanente	Periódico	Ocasional tiempo
1	Negociar costos de ingreso a sitios turísticos con administradores de los mismos.	Optimización en el gasto de los ingresos generados.		X	
2	Convenir precios, tiempos de estadía por cliente con gerentes o dueños de hoteles – residenciales.	Planificación en el uso de habitaciones, tiempos de estadía y fechas de reservas en hoteles.	X		
3	Acordar con administradores de restaurantes, servicios de catering: menús y precios.	Definir la oferta gastronómica, costos de las mismas de forma individual y grupal.	X		
4	Reservar y negociar importe de transporte por ruta de viaje.	Establecer fechas tentativas de desplazamiento, tiempo de viaje y rutas.	X		

Competencias requeridas			
Competencias genéricas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Buena presentación	X		
Trabajo en equipo		X	
Calidad moral		X	
Facilidad de palabra	X		
Dinamismo	X		
Honestidad	X		
Responsable	X		
Discreción		X	
Liderazgo			X
Iniciativa		X	

Competencias técnicas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Poder de negociación	X		
Toma de decisiones	X		
Cierre de convenios	X		

Responsabilidades	**Baja**	**Moderada**	**Alta**
Equipos: Laptop Impresora Escáner Celular Smartphone	 X X 	 	 X X
Manejo de personal: Promotor del tour			X
Información confidencial: Es responsable de guardar reserva de la información que genere su área.			X
Otras especifique:			

Atribuciones:
Determinación logística del tour (ruta, transporte, alimentación, acceso y hospedaje)

Recursos utilizados			
Tecnología	**Herramientas**	**Materiales**	**Otros**
Impresora	Cartuchos en blanco y negro	Hojas	
Laptop	Cargador y batería	Luz eléctrica	
Escáner	Conector USB	Luz eléctrica	
Smartphone	Cargador USB	Conector micro USB	Plan de datos

Otras especificaciones del trabajo			
Experiencia:	6 meses en cargos similares		
Idioma: Español	**Hablado:** 100%		**Escrito:**100%
Idioma: Inglés	**Hablado:** 50%		**Escrito:** 60%
Edad: 25 años en adelante	**Estado Civil:** Indistinto	**Género:** M o F	**Horario:** 9:30 a 13:30 20 horas a la semana

Capacitación				
N°	Cursos- seminarios:	Nivel		
		Básico	Medio	Avanzado
1	Marketing		X	
2	Negociación turística			X
3	Manejo de paquetes ofimáticos. (Word, Excel)		X	

Condiciones de trabajo		
Lugar	**Tipo de trabajo**	**Riesgos**
Oficina administración, fuera de oficina.	El trabajo se realiza principalmente en la oficina de administración, pero también es necesario negociación in situ con cada uno de los proveedores de servicios turísticos.	Stress laboral

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 45. Perfil ocupacional: Promotor del tour

Competencias laborales			
Descripción de puestos		**Código:** T-INCLUSIVE-PG-006-L1	
		Fecha: 2014 – 12– 11	
Identificación general			
Nombre del puesto: Promotor del Tour		**Nivel jerárquico:** 007	
Dirección:		Logística	
Ubicación:	Segundo en el nivel operativo.	**Perfiles laborales inferiores:** Ninguno	**Nivel:** Operativo
Reporta a:	Jefe de Logística	**Remuneración:** USD $420,00	
Misión: Asesorar al Jefe de Logística y acompañar como guía en viaje al momento de operación del tour.			

Relaciones internas		
Nº	**Contacto**	**Propósito**
1	Jefe de Logística	Coordinar la operación turística.
2	Médico Fisioterapista	Combinar y compartir ponencias profesionales respecto del servicio al cliente.

Relaciones externas		
Nº	**Contacto**	**Propósito**
1	Chofer de la unidad de transporte	Establecer relación laboral de buen trato y calidad en servicio al cliente.
2	Encargados operativos de sitios turísticos.	Verificar horarios de llegada y salida.
3	Personal de los restaurantes y servicios de catering	Coordinar la repartición de los menús acorde al requerimiento individual por cliente.

Mapa funcional					
Nº	**Función principal**		**Resultado**		
1	Guiar y apoyar a los clientes de la empresa al desarrollarse la expedición.		Satisfacción en los usuarios de la compañía.		
Nº	**Funciones especificas**	**Resultado**	**Frecuencia**		
			Permanente	**Periódico**	**Ocasional tiempo**
1	Informar a los turistas la historia y atractivos de los lugares visitados.	Guía turística del destino.		X	
2	Asistir a los excursionistas durante el desarrollo del viaje.	Satisfacción de los consumidores.	X		
3	Visitar entidades públicas y privadas promocionando los tours.	Venta directa de los paquetes de viaje. (Método puerta a puerta).	X		
4	Determinar horario de almuerzo y break.	Planificación y ejecución del servicio de alimentación.		X	

Competencias requeridas			
Competencias genéricas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Buena presentación	X		
Trabajo en equipo	X		

Competencias genéricas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Calidad moral	X		
Facilidad de palabra	X		
Dinamismo	X		
Honestidad	X		
Responsable	X		
Discreción		X	
Liderazgo			X

Competencias técnicas			
Competencias	**Nivel**		
	A	**B**	**C**
Servicio al cliente	X		
Toma de decisiones	X		

Responsabilidades	**Baja**	**Moderada**	**Alta**
Equipos: Laptop Impresora Escáner Celular Smartphone	 X X 	 	 X X
Manejo de personal: Coordinación con personal de empresas proveedoras de servicios.			X
Otras especifique:			

Atribuciones:
Organizar y motivar al grupo de viaje (ruta, transporte, alimentación, acceso y hospedaje)

Recursos utilizados			
Tecnología	**Herramientas**	**Materiales**	**Otros**
Impresora	Cartuchos en blanco y negro	Hojas	
Laptop	Cargador y batería	Luz eléctrica	
Escáner	Conector USB	Luz eléctrica	
Smartphone	Cargador USB	Conector micro USB	Plan de datos

Otras especificaciones del trabajo			
Experiencia:	6 meses en cargos similares		
Idioma: Español	**Hablado:** 100%		**Escrito:**100%
Idioma: Inglés	**Hablado:** 70%		**Escrito:** 60%
Edad: 20 años en adelante	**Estado Civil:** Indistinto	**Género:** M o F	**Horario:** Según el desarrollo del tour

Capacitación				
N°	**Cursos- seminarios:**	**Nivel**		
		Básico	**Medio**	**Avanzado**
1	Marketing		X	
2	Negociación turística			X
3	Manejo de paquetes ofimáticos. (Word, Excel)		X	

Condiciones de trabajo		
Lugar	**Tipo de trabajo**	**Riesgos**
In situ destinos turísticos	Es acompañante al momento de las visitas y desarrollo del tour.	Stress laboral

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.2.2. Recursos materiales, monetarios y tecnológicos

TURISINCLUSIVE Cía. Ltda., al iniciar operaciones cuenta con los siguientes activos fijos, provenientes del aporte de los socios constituyentes:

Tabla 46. Recursos materiales y monetarios "TURISINCLUSIVE Cía. Ltda."

Socio	Descripción	Marca	Modelo	Valor
Daniel Vinueza Morales	Equipos de computación: laptop	Toshiba	Satellite S55-A5279	USD$ 1000,00
	Equipos de computación: laptop	Toshiba	Satellite S55-A5279	USD$ 1000,00
	Equipos de computación: laptop	Toshiba	Satellite S55-A5279	USD$ 1000,00
			Total	**USD$ 3000,00**
Miguel Vinueza Landázuri	Mobiliario y equipos: escritorio gerencial Tipo L	ATU	Crescente – con cajonera a la derecha	USD$ 600,00

Socio	Descripción	Marca	Modelo	Valor
Miguel Vinueza Landázuri	Mobiliario y equipos: escritorio de dirección	ATU	Lord – sencillo, cajonera a la derecha	USD$ 300,00
	Mobiliario y equipos: sala de espera	ATU	ZEN (3 sillones de cuero y acero cromado – 1,2 y 3 asientos + mesa central	USD$ 1200,00
	Mobiliario y equipos: archivador	IMG	Archivador vertical de 4 gavetas	USD$ 200,00
	Mobiliario y equipos: sillón presidente	ATU	EUFORIA	USD$ 300,00
	Mobiliario y equipos: sillón gerencia	ATU	EUFORIA	USD$ 200,00
	Mobiliario y equipos: 2 sillas de oficina	IMG	GAV	USD$ 200,00
			TOTAL	**USD$ 3000,00**
William Carvajal Morales	Dinero en efectivo			USD$ 2000,00
			TOTAL	**USD$ 2000,00**
Total recursos materiales, monetarios y tecnológicos				**USD$ 8000,00**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.2.2.1. Depreciación de activos fijos

Para el análisis se utiliza el método de línea recta, la vida útil de 3 años para el equipo de cómputo y diez para los muebles de oficina, con un valor residual del 33% y 10% respectivamente. (Referencia: Reglamento de aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, Artículo 28, literal c))

Tabla 47. Depreciación de activos: equipo de computación

Descripción:	Laptop Toshiba Satellite S55-A5279		
Precio Unitario:		USD $1000,00	
Precio total:	3000,00	**Vida útil:**	3 años
Cantidad:	3	**V. Residual:**	990
Periodo	**Depreciación**	**Depreciación Acumulada**	**V. Libros**
0	0,00	0,00	3000,00
1	670,00	670,00	2330,00
2	670,00	1340,00	1660,00
3	670,00	2010,00	990,00

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 48. Depreciación de activos: mobiliario de oficina

Descripción:	Mobiliario de oficina (2 escritorios, 9 sillas, 1 mesa central, 1 archivador, 1 extintor industrial)		
Precio Total:	3000,00	**Vida útil:**	10 años
Cantidad:		**V. Residual:**	300,00
Periodo	**Depreciación**	**Depreciación Acumulada**	**V. Libros**
0	0,00	0,00	3000,00
1	270,00	270,00	2730,00
2	270,00	540,00	2460,00
3	270,00	810,00	2190,00
4	270,00	1080,00	1920,00
5	270,00	1350,00	1650,00
6	270,00	1620,00	1380,00
7	270,00	1890,00	1110,00
8	270,00	2160,00	840,00
9	270,00	2430,00	570,00
10	270,00	2700,00	300,00

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.3. Estudio financiero

"Consiste en determinar la rentabilidad comercial del proyecto a precios de mercado. Es decir, se quiere medir lo que el proyecto gana o pierde desde el punto de vista comercial – financiero." (Díaz, F., Medellín, V., Ortega, J., Santana, L., González, M., Oñate, G. y Baca, C., 2009, p. 9)

Para poner en marcha la empresa, se deben determinar cuáles son los aportes de capital realizados por los socios, ingresos y gastos que mantendrá la empresa con proyección desde el 2015 al 2020.

4.3.1. Criterio utilizado para realizar la proyección de datos

Concordante con la política económica actual, el crecimiento porcentual de los valores se establece en base al promedio del Índice de Inflación Anual y el Índice de Productividad.

a) Datos para obtener la inflación anual (2013 – 2014)

Tabla 49. Porcentaje de inflación anual del Ecuador

2013		2014	
Inflación Mensual	**Porcentaje**	**Inflación Mensual**	**Porcentaje**
Noviembre-30-2013	2,30%	Noviembre-30-2014	3,76%
Octubre-31-2013	2,04%	Octubre-31-2014	3,98%
Septiembre-30-2013	1,71%	Septiembre-30-2014	4,19%
Agosto-31-2013	2,27%	Agosto-31-2014	4,15%
Julio-31-2013	2,39%	Julio-31-2014	4,11%
Junio-30-2013	2,68%	Junio-30-2014	3,67%
Mayo-31-2013	3,01%	Mayo-31-2014	3,41%
Abril-30-2013	3,03%	Abril-30-2014	3,23%
Marzo-31-2013	3,01%	Marzo-31-2014	3,11%
Febrero-28-2013	3,48%	Febrero-28-2014	2,85%
Enero-31-2013	4,10%	Enero-31-2014	2,92%
Diciembre-31-2012	4,16%	Diciembre-31-2013	2,7%
Inflación Anual	**2,85%**	**Inflación Anual**	**3,51%**

Nota. Datos estadísticos Inflación Anual noviembre 2013 – noviembre 2014. Banco Central del Ecuador.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

b) Proyección de la Inflación e Índice de Productividad

Tabla 50. Proyección (2015 – 2020 índices de inflación y de productividad)

Base de Cálculo para proyección:			(Promedio año actual respecto al anterior)					
Año	**2013**	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Índice de Inflación:	2,85%	3,51%	3,18%	3,35%	3,26%	3,30%	3,28%	3,29%
Índice de productividad:	3,63%	4,05%	3,84%	3,95%	3,89%	3,92%	3,91%	3,91%
Promedio de índices:	**3,24%**	**3,78%**	**3,51%**	**3,65%**	**3,58%**	**3,61%**	**3,59%**	**3,60%**

Nota. Cita clave para definir el alza salarial del 2015. Publicación Diario El Comercio (8 de diciembre del 2014).
Elaborado por**:** Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.3.2. Aporte de socios y gastos de constitución

TURISINCLUSIVE Cía. Ltda., para iniciar actividades comerciales, cuenta con el aporte de tres socios constituyentes con los siguientes montos:

Tabla 51. Aportes de capital "TURISINCLUSIVE Cía. Ltda."

Socio	Monto	Forma de Aportación
Daniel Vinueza Morales	USD$ 3000,00	Equipos de Computación
Miguel Vinueza Landázuri	USD$ 3000,00	Muebles y enseres
William Carvajal Morales	USD$ 2000,00	Dinero en efectivo
Total	**USD$ 8000,00**	

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 52. Presupuesto gastos de constitución de la empresa operadora de turismo inclusivo

Presupuesto gastos de constitución de la EOTIPDF	
Aporte de constitución	
Detalle	**Valor**
Capital Suscrito y Pagado	$ 8.000,00
Total Aporte de Constitución de la Empresa	**$ 8.000,00**
Gastos legales	
Detalle	**Valor**
Constitución de la compañía	$ 171,36
Copias certificadas avaladas por Notaría	$ 50,00
Razón marginal nombramiento legal Gerente y Presidente	$ 30,45
Razón marginal Escritura Pública de Constitución	$ 20,11
Registro Historia Laboral del IESS	$ 43,00
Afiliación Cámara de Turismo de Pichincha	$ 240,00
Trámites obtención del RUC	$ 20,00
Certificado Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual	$ 116,00
Registro de Turismo	$ 141,60
Licencia Única Anual de Funcionamiento	$ 141,60
Honorarios Representante Legal	$ 200,00
Total gastos legales para la constitución	**$ 1.174,12**

Nota.

- Tasas y Tarifas por Servicios Notariales – Resolución N° 073-2012 – Consejo de la Judicatura. Calculadora para el pago de derechos de inscripción – Registro Mercantil.
- Reglamento de Cuotas – Cámara de Comercio de Pichincha. (2014, p.3) Cuadro de Tasas que cobra el IEPI por actos o servicios que brinda a los usuarios. Costo Certificado Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)
- Trámites Ciudadanos – Ministerio de Turismo – Registro de Agencias de Viaje Operadoras.

Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Por decisión de los socios, los gastos de constitución (USD $1174,12), no formarán parte de los resultados de la empresa (gastos preoperativos según las NIIF), sino que son asumidos solidariamente en partes iguales por los tres miembros constituyentes.

4.3.3. Determinación de ingresos anuales

Para establecer las retribuciones del proyecto, es necesario precisar la evolución de precios con base al promedio de los índices de inflación y productividad, combinándolos con la demanda proyectada que tendrá el mismo.

Determinación de precios: los valores determinados se encuentran establecidos por el importe de paquetes turísticos similares que ofertan operadoras locales, obteniendo un margen de utilidad entre el 15 y 30% respecto del costo.

Determinación de la demanda: el parámetro de cálculo son porcentajes meta de satisfacción en el mercado; es decir, se establece un nivel de atención a usuarios ideal por periodo, los cuales representarían el porcentaje del total de demanda existente que lograría "TURISINCLUSIVE" satisfacer.

La compañía plantea como posibles usuarios por tour, una combinación del 60% de personas con discapacidad física, contra un 40% restante de personas sin discapacidad, con aflicciones motrices menores, adultos mayores, jubilados, entre otros.

La demanda proyectada por clase (Discapacitados y no discapacitados) para el periodo 2015 – 2020 se establece:

Tabla 53. Proyección demanda por clase (2015 – 2020)

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Total discapacitados	**25603**	**27860**	**30119**	**32376**	**34634**	**36892**
Meta de satisfacción	10,58%	15%	20%	25%	30%	40%
Proyección	2709	4179	6024	8094	10390	14757
Total no discapacitados	**480580**	**498280**	**516455**	**535084**	**554161**	**573693**
Meta de satisfacción	0,38%	0,60%	0,80%	1,00%	1,25%	1,50%
Proyección	1806	2990	4132	5351	6927	8605
Total usuarios	**4515**	**7169**	**10155**	**13445**	**17317**	**23362**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Para cada tipo de tour:

Tabla 54. Demanda proyectada de usuarios por destino del tour (2015 – 2020)

Tours	%	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Papallacta	37%	1680	2668	3779	5003	6444	8693
Chachimbiro	19%	840	1334	1889	2501	3222	4346
Aguas Hediondas	2%	70	111	157	208	268	362
Baños de Agua Santa	37%	1680	2668	3779	5003	6444	8693
Baños de Cuenca	2%	70	111	157	208	268	362
Tonsupa – Atacames	3%	140	222	315	417	537	724
Salinas - Sta. Elena	1%	35	56	79	104	134	181
Total	**100%**	**4515**	**7169**	**10155**	**13445**	**17317**	**23362**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

El importe por tour para los años 2015 al 2020, queda establecido de la siguiente forma:

Tabla 55. Precios estimados: 2015- 2020

Tours	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	3,51%	**3,65%**	**3,58%**	**3,61%**	**3,59%**	**3,60%**
Papallacta	26,00	26,95	27,91	28,92	29,96	31,04
Chachimbiro	30,00	31,09	32,21	33,37	34,57	35,81
Aguas Hediondas	70,00	72,55	75,15	77,86	80,66	83,57
Baños de Agua Santa	30,00	31,09	32,21	33,37	34,57	35,81
Baños de Cuenca	150,00	155,47	161,03	166,84	172,84	179,07
Tonsupa - Atacames	130,00	134,74	139,56	144,60	149,80	155,19
Salinas - Sta. Elena	200,00	207,29	214,71	222,46	230,46	238,76

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

El ingreso total queda establecido entonces:

Tabla 56. Total ingresos proyectados "TURISINCLUSIVE". Periodo 2015 - 2020

Tours	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Papallacta	43680,00	71883,93	105467,48	144679,29	193043,15	269813,27
Chachimbiro	25200,00	41471,50	60846,63	83468,82	111371,05	155661,50
Aguas Hediondas	4900,00	8063,90	11831,29	16230,05	21655,48	30267,51
Baños de Agua Santa	50400,00	82943,00	121693,25	166937,64	222742,10	311323,01
Baños de Cuenca	10500,00	17279,79	25352,76	34778,68	46404,60	64858,96
Tonsupa - Atacames	18200,00	29951,64	43944,78	60283,04	80434,65	112422,20
Salinas - Sta. Elena	7000,00	11519,86	16901,84	23185,78	30936,40	43239,31
Total	**159880,00**	**263113,61**	**386038,03**	**529563,31**	**706587,43**	**987585,76**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.3.4. Determinación de costos anuales

4.3.4.1. Costo de los tours para el año 2015:

TURISINCLUSIVE Cía. Ltda., propone al momento de iniciar actividades operar hacia siete destinos que manejan los siguientes costos:

a) Costo tour Papallacta y precio de venta sugerido

Tabla 57. Detalle de costos tour a Papallacta

Destino:	Papallacta		
Capacidad del tour:	35 personas		
Días del tour:	1		
Tipo:	Económico		
Veces de operación:	4	al mes	
Detalle	**Costo unitario**	**Cantidad**	**Costo total**
Ticket de ingreso	3,00	35	105,00
Break a media mañana	1,00	40	40,00
Almuerzo	4,00	40	160,00
Break a media tarde	1,00	40	40,00
Transporte	4,50	35	157,50
Honorarios Médico	3,00	35	105,00
Total	**17,36**	**35**	**607,50**
Precio individual	**26,00**	35	910,00
Utilidad del tour			**302,50**
Veces al mes			4
Utilidad total mensual			**1210,00**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

b) Costo tour Chachimbiro y precio de venta sugerido

Tabla 58. Detalle de costos tour a Chachimbiro

Destino:	Chachimbiro		
Capacidad del tour:	35 personas		
Días del tour:	1		
Tipo:	Económico		
Veces de operación:	2	al mes	
Detalle	**Costo unitario**	**Cantidad**	**Costo total**
Ticket de ingreso	4,00	35	140,00
Break a media mañana	1,00	40	40,00
Almuerzo	4,00	40	160,00
Break a media tarde	1,00	40	40,00
Transporte	6,00	35	210,00
Honorarios Médico	3,00	35	105,00
Total	**19,86**	**35**	**695,00**
Precio individual	**30,00**	35	1050,00
Utilidad del tour			**355,00**
Veces al mes			2
Utilidad total mensual			**710,00**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

c) Costo tour Aguas Hediondas y precio de venta sugerido

Tabla 59. Detalle de costos tour a Aguas Hediondas (Tufiño – Carchi)

Destino:	Aguas Hediondas			
Capacidad del tour:	35 personas			
Días del tour:	2			
Tipo:	Económico			
Veces de operación:	0,166666667	al mes		
Veces al año:	2	año		
Detalle	**Costo unitario**	**Cantidad**	**Veces**	**Costo total**
Ticket de ingreso	2,00	35	1	70,00
Break a media mañana	1,00	40	2	80,00
Almuerzo	4,00	40	2	320,00
Merienda	4,00	40	1	160,00
Break a media tarde	1,00	40	2	80,00
Transporte	25,00	35	1	875,00
Honorarios Médico	3,00	35	2	210,00
Hospedaje	8,00	40	1	320,00
Total	**60,43**	**35**		**2115,00**
Precio individual	**70,00**	35		2450,00
Utilidad del tour				**335,00**
Veces al mes				0,1666667
Utilidad total mensual				**55,83**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

d) Costo tour Baños de Agua Santa (Tungurahua) y precio de venta sugerido

Tabla 60. Detalle de costos tour a Baños de Agua Santa

Destino:	Baños de Agua Santa		
Capacidad del tour:	35 personas		
Días del tour:	1		
Tipo:	Económico		
Veces de operación:	2	al mes	
Detalle	**Costo unitario**	**Cantidad**	**Costo total**
Ticket de ingreso	3,00	35	105,00
Break a media mañana	1,00	40	40,00
Almuerzo	4,00	40	160,00
Break a media tarde	1,00	40	40,00
Transporte	6,00	35	210,00
Honorarios Médico	3,00	35	105,00
Total	**18,86**	**35**	**660,00**
Precio individual	**30,00**	35	1050,00
Utilidad del tour			**390,00**
Veces al mes			4
Utilidad total mensual			**1560,00**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

e) Costo tour Baños de Cuenca – Azuay, precio de venta sugerido

Tabla 61. Detalle de costos tour a Baños de Cuenca

Destino:	Baños de Cuenca			
Capacidad del tour:	35 personas			
Días del tour:	3			
Tipo:	Económico			
Veces de operación:	0,166666667	al mes		
Veces al año:	2	año		
Detalle	**Costo unitario**	**Cantidad**	**Veces**	**Costo total**
Ticket de ingreso	5,00	35	1	175,00
Break a media mañana	1,00	40	3	120,00
Almuerzo	4,00	40	3	480,00
Merienda	4,00	40	2	320,00
Break a media tarde	1,00	40	3	120,00
Transporte	35,00	35	1	1225,00
Honorarios Médico	3,00	35	3	315,00
Hospedaje	12,00	40	2	960,00
Total	**106,14**	**35**		**3715,00**
Precio individual	**150,00**	35		5250,00
Utilidad del tour				**1535,00**
Veces al mes				0,1666667
Utilidad total mensual				**255,83**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

f) Costo tour Atacames – Tonsupa – Las Peñas y precio de venta sugerido

Tabla 62. Detalle de costos tour Tonsupa - Atacames – Las Peñas

Destino:	Tonsupa, Atacames, Las Peñas			
Capacidad del tour:	35 personas			
Días del tour:	3			
Tipo:	Económico			
Veces de operación:	0,333333333	al mes		
Veces al año:	4	año		
Detalle	**Costo unitario**	**Cantidad**	**Veces**	**Costo total**
Break a media mañana	2,00	40	3	240,00
Almuerzo	5,00	40	3	600,00
Merienda	5,00	40	2	400,00
Break a media tarde	2,00	40	3	240,00
Transporte	30,00	35	1	1050,00
Honorarios Médico	3,00	35	3	315,00
Hospedaje	12,00	40	2	960,00
Total	**108,71**	**35**		**3805,00**
Precio individual	**130,00**	35		4550,00
Utilidad del tour				**745,00**
Veces al mes				0,3333333
Utilidad total mensual				**248,33**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

g) Costo tour Salinas – Santa Elena y precio de venta sugerido

Tabla 63. Detalle de costos tour Salinas – Santa Elena

Destino:	Salinas - Santa Elena			
Capacidad del tour:	35 personas			
Días del tour:	4			
Tipo:	Económico			
Veces de operación:	0,083333333	al mes		
Veces al año:	1	año		
Detalle	**Costo unitario**	**Cantidad**	**Veces**	**Costo total**
Break a media mañana	2,50	40	4	400,00
Almuerzo	6,00	40	4	960,00
Merienda	6,00	40	3	720,00
Break a media tarde	2,50	40	4	400,00
Transporte	37,00	35	1	1295,00
Honorarios Médico	3,00	35	4	420,00
Hospedaje	15,00	40	3	1800,00
Total	**171,29**	**35**		**5995,00**
Precio individual	**200,00**	35		7000,00
Utilidad del tour				**1005,00**
Veces al mes				0,08333333
Utilidad total mensual				**83,75**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.3.4.2. Costos de operación:

Son todos los egresos realizados por concepto de prestaciones de servicios turísticos realizados en los diferentes tours. (Referencia: tablas 55 a la 61).

Para establecer montos anuales, se utiliza el número de usuarios individuales por tour y totales por operación para cada periodo, descritos en las tablas 51 a la 52.

La operación turística para el primer año de operaciones (2015) se presenta así:

Tabla 64.Operación turística anual propuesta para el año 2015

Tours	Anual	Precio	Total Ingresos	Costo Individual	Total Costos	Utilidad
Papallacta	1680	26,00	43680,00	17,36	29164,80	14515,20
Chachimbiro	840	30,00	25200,00	19,86	16682,40	8517,60
Aguas Hediondas	70	70,00	4900,00	60,43	4230,10	669,90
Baños de Agua Santa	1680	30,00	50400,00	18,86	31684,80	18715,20
Baños de Cuenca	70	150,00	10500,00	106,14	7429,80	3070,20
Tonsupa - Atacames	140	130,00	18200,00	108,71	15219,40	2980,60
Salinas - Sta. Elena	35	200,00	7000,00	171,29	5995,15	1004,85
Total	**4515**		**159880,00**		**110406,45**	**49473,55**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

La evolución de costos (2015 - 2020) con base al promedio del índice de productividad y el de inflación, se presenta:

Tabla 65. Evolución de costos individuales. Periodo 2015 - 2020

Tours	2015	2016	2017	2018	2019	2020
	3,51%	3,65%	3,58%	3,61%	3,59%	3,60%
Papallacta	17,36	17,99	18,64	19,31	20,00	20,72
Chachimbiro	19,86	20,58	21,32	22,09	22,88	23,71
Aguas Hediondas	60,43	62,63	64,87	67,22	69,63	72,14
Baños de Agua Santa	18,86	19,55	20,25	20,98	21,73	22,51
Baños de Cuenca	106,14	110,01	113,94	118,06	122,30	126,71
Tonsupa – Atacames	108,71	112,67	116,70	120,92	125,26	129,78
Salinas - Sta. Elena	171,29	177,53	183,88	190,53	197,37	204,48

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Los costos totales para los periodos (primero – sexto), se proyectan:

Tabla 66. Crecimiento costos totales: año 2015 al 2020

Tours	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Papallacta	29164,80	47996,35	70419,83	96601,25	128893,43	180152,25
Chachimbiro	16682,40	27454,13	40280,47	55256,36	73727,63	103047,91
Aguas Hediondas	4230,10	6961,45	10213,78	14011,17	18694,87	26129,51
Baños de Agua Santa	31684,80	52143,50	76504,49	104948,13	140030,53	195718,40
Baños de Cuenca	7429,80	12227,18	17939,61	24609,39	32835,90	45894,20
Tonsupa - Atacames	15219,40	25046,48	36747,98	50410,53	67261,93	94010,90
Salinas - Sta. Elena	5995,15	9866,18	14475,58	19857,46	26495,48	37032,30
Total	**110406,45**	**181695,27**	**266581,74**	**365694,30**	**487939,77**	**681985,47**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

La rentabilidad individual por tour se presenta:

Tabla 67. Ganancias brutas por tour. Proyección 2015 - 2020

Tours	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Papallacta	14515,20	23887,58	35047,66	48078,04	64149,72	89661,03
Chachimbiro	8517,60	14017,37	20566,16	28212,46	37643,41	52613,59
Aguas Hediondas	669,90	1102,45	1617,51	2218,88	2960,61	4138,00
Baños de Agua Santa	18715,20	30799,50	45188,76	61989,51	82711,57	115604,61
Baños de Cuenca	3070,20	5052,61	7413,15	10169,28	13568,71	18964,76
Tonsupa - Atacames	2980,60	4905,16	7196,80	9872,51	13172,72	18411,30
Salinas - Sta. Elena	1004,85	1653,68	2426,26	3328,32	4440,92	6207,00
Total	**49473,55**	**81418,34**	**119456,29**	**163869,01**	**218647,67**	**305600,28**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.3.4.3. Determinación de gastos administrativos:

Los rubros considerados como gastos administrativos son sueldos y beneficios sociales que reciben los empleados, más la provisión de liquidación (iniciativa en caso de renuncias) y el valor por concepto de honorarios del Contador y Jefe de Logística.

Para proyectar los gastos administrativos de personal, se toma como base el promedio del índice de inflación anual y el índice de productividad. Para el primer año de operaciones (2015), se consideran como sueldos base:

- Gerente: USD $600,00
- Vendedor: USD $420,00
- Promotor: USD $420,00

Además el décimo cuarto sueldo se calcula en base al salario básico del 2014 (USD$340,00) por el promedio del índice de inflación anual y el índice de productividad.

El valor mensual de honorarios del contador es de USD$ 100,00 y del Jefe de Logística USD $ 250,00 para el año 2015.

Proyección gastos administrativos (personal)

Tabla 68. Proyección (2015-2020) gasto anual sueldo Gerente

Base: sueldo mensual 2015	USD $600,00					
Año	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Periodo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**
Sueldo	7200,00	7462,44	7729,41	8008,54	8296,39	8595,30
Décimo tercero	600,00	621,87	644,12	667,38	691,37	716,27
Décimo cuarto	351,93	364,76	377,81	391,46	405,53	420,14
Fondos de reserva	0,00	621,87	644,12	667,38	691,37	716,27
Vacaciones	300,00	310,94	322,06	333,69	345,68	358,14
Aporte patronal (12,15%)	874,80	906,69	939,12	973,04	1008,01	1044,33
Provisión liquidación	750,00	777,34	805,15	834,22	864,21	895,34
Total anual	**10076,73**	**11065,90**	**11461,78**	**11875,70**	**12302,55**	**12745,79**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 69. Proyección (2015-2020) gasto anual sueldo Vendedor

Base: sueldo mensual 2015		USD $420,00				
Año	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Periodo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**
Sueldo	5040,00	5223,71	5410,59	5605,98	5807,48	6016,71
Décimo tercero	420,00	435,31	450,88	467,16	483,96	501,39
Décimo cuarto	351,93	364,76	377,81	391,46	405,53	420,14
Fondos de reserva	0,00	435,31	450,88	467,16	483,96	501,39
Vacaciones	210,00	217,65	225,44	233,58	241,98	250,70
Aporte patronal (12,15%)	612,36	634,68	657,39	681,13	705,61	731,03
Provisión liquidación	525,00	544,14	563,60	583,96	604,95	626,74
Total anual	**7159,29**	**7855,56**	**8136,59**	**8430,42**	**8733,45**	**9048,10**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 70. Proyección (2015-2020) gasto anual sueldo Promotor

Base: sueldo mensual 2015		USD$ 420,00				
Año	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Periodo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**
Sueldo	5040,00	5223,71	5410,59	5605,98	5807,48	6016,71
Décimo tercero	420,00	435,31	450,88	467,16	483,96	501,39
Décimo cuarto	351,93	364,76	377,81	391,46	405,53	420,14
Fondos de reserva	0,00	435,309	450,88	467,16	483,96	501,39
Vacaciones	210,00	217,65	225,44	233,58	241,98	250,70
Aporte patronal (12,15%)	612,36	634,68	657,39	681,13	705,61	731,03
Provisión liquidación	525,00	544,14	563,60	583,96	604,95	626,74
Total anual	**7159,29**	**7855,56**	**8136,59**	**8430,42**	**8733,45**	**9048,10**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 71. Proyección (2015-2020) gasto anual honorarios Jefe de Logística

Base: honorario mensual 2015			USD $250,00			
Año	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Periodo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**
	3000,00	3109,35	3220,59	3336,89	3456,83	3581,37

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 72. Proyección (2015-2020) gasto anual honorarios Contador

Base: honorario mensual 2015			100,00			
Año	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Periodo	**Año 1**	**Año 2**	**Año 3**	**Año 4**	**Año 5**	**Año 6**
	1200,00	1243,74	1288,23	1334,76	1382,73	1432,55

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.3.4.4. Determinación de gastos de ventas:

Para el costeo, se considera exclusivamente como gasto de ventas al valor de arrendamiento mensual del stand en el centro comercial (no al sueldo del vendedor ya que forma parte del área administrativa); el cual para el año 2015 oscila en USD$ 700,00 mensuales ($8400,00 al año).

La base de proyección es el promedio del índice de inflación y de productividad (referencia: tabla 55).

Tabla 73. Proyección (2015-2020) gasto arriendo stand Centro Comercial "El Recreo"

Año	2015	2016	2017	2018	2019	2020
% de Crecimiento de los precios	3,51%	3,65%	3,58%	3,61%	3,59%	3,60%
Arriendo	8400,00	8706,18	9017,64	9343,29	9679,13	10027,85

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.3.4.5. Determinación de gastos financieros:

a) Préstamo bancario por concepto de garantía del stand en el centro comercial.

De conformidad al análisis realizado en el estudio técnico, TURISINCLUSIVE alquilará un stand en el Centro Comercial "El Recreo", lugar promotor de viajes a diferentes destinos turísticos, a partir del primer año de operaciones (2015); para lo cual, debe depositar USD$ 3000,00 por concepto de concesión inicial (garantía - reembolsable) de uso del stand. Acorde a este requerimiento, la empresa realizará un préstamo bancario por la misma cantidad a uno o dos años plazo para cubrir la obligación:

Tabla 74. Cuadro comparativo de préstamos

Entidad	Monto	Plazo	Tasa de interés (mensual)	Observaciones
Corporación Financiera Nacional	$3000,00	1 a 2 años	10,50% reajustable	Solicitante con experiencia en el manejo de empresas turísticas, garantía a través de bienes inmuebles. No otorgan préstamos para pago de garantía por arrendamiento. No tienen créditos de consumo.
Banco de Fomento	$3000,00	1 a 15 años	10% reajustable	Financiamiento solo para adquisición de activos fijos, no para consumo. No otorgan préstamos para pago de garantía por arrendamiento. No tienen créditos de consumo.
Banco del Pacífico	$3000,00	2 años	15,20% reajustable	Para crédito de consumo, el prestatario debe ser cliente del banco al menos dos años y la tasa del 15,20% puede ser reajustable al 16,30%.
Banco Bolivariano	$3000,00	18 meses	15%	Es recomendable obtener un crédito de consumo, debido a que los préstamos de producción requieren al menos dos años de actividad empresarial. Para esta clase de préstamo, no se necesita ser cliente del banco, basta con demostrar solvencia económica por medio del mecanizado del IESS o registro de ingresos.
Decisión: Para obtener un crédito productivo en la banca pública, se requiere de al menos dos años de operaciones, además que éstos se otorgan solo para adquisición de activos fijos, no para garantías; por tanto, la solución es obtener un préstamo de consumo a nombre del representante legal en una entidad financiera privada ya que no son ofertados en financieras estatales. Entre los dos bancos privados analizados (Pacífico y Bolivariano), el segundo impone menos requisitos, además su tasa de interés no es reajustable, sino fija para todo el periodo.				

Nota. Página web corporativa: Corporación Financiera Nacional, Banco de Fomento, Banco del Pacífico, Banco Bolivariano.
Elaborado por: Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

El préstamo con base al análisis, se realiza en el Banco Bolivariano con una tasa de interés anual del 15,2% a 18 meses plazo.

Tabla 75. Amortización préstamo bancario

Monto:						3000,00
Interés:						0,15
Plazo:						18 meses
Cuota:						187,46
Periodo	**Capital inicial**	**Interés**	**Amortización**	**Cuota**	**Amortización acumulada**	**V. Final**
1	3000,00	38,04	149,42	187,46	149,42	2850,58
2	2850,58	36,15	151,31	187,46	300,73	2699,27
3	2699,27	34,23	153,23	187,46	453,97	2546,03
4	2546,03	32,28	155,18	187,46	609,14	2390,86
5	2390,86	30,32	157,14	187,46	766,29	2233,71
6	2233,71	28,32	159,14	187,46	925,42	2074,58
7	2074,58	26,31	161,15	187,46	1086,58	1913,42
8	1913,42	24,26	163,20	187,46	1249,77	1750,23
9	1750,23	22,19	165,27	187,46	1415,04	1584,96
10	1584,96	20,10	167,36	187,46	1582,40	1417,60
11	1417,60	17,98	169,48	187,46	1751,89	1248,11
12	1248,11	15,83	171,63	187,46	1923,52	1076,48
13	1076,48	13,65	173,81	187,46	2097,33	902,67
14	902,67	11,45	176,01	187,46	2273,35	726,65
15	726,65	9,21	178,25	187,46	2451,59	548,41
16	548,41	6,95	180,51	187,46	2632,10	367,90
17	367,90	4,67	182,79	187,46	2814,89	185,11
18	185,11	2,35	185,11	187,46	3000,00	0,00

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Por este préstamo, se apertura una cuenta de ahorros en el Banco Bolivariano, a partir del año uno de operaciones (2015).

4.3.5. Estado de situación financiera inicial

Representa la situación financiera de la empresa al momento de iniciar las actividades comerciales; en este caso, al año cero de operaciones (2014).

Para complementar la definición, se cita lo manifestado por las Normas Internacionales de Contabilidad y Normas Internacionales de Información Financiera:

Los estados financieros constituyen una representación estructurada de la situación financiera y del rendimiento financiero de una entidad. El objetivo de los estados financieros es suministrar información acerca de la situación financiera, el rendimiento financiero y de los flujos de efectivo de una entidad, que sea útil a una amplia variedad de usuarios a la hora de tomar sus decisiones económicas. Los estados financieros también muestran los resultados de la gestión realizada por los administradores con los recursos que les han sido confiados. Para cumplir este objetivo, los estados financieros suministrarán la siguiente información acerca de una entidad:

a) Activos
b) Pasivos
c) Patrimonio neto
d) Ingresos y gastos, en los que se incluyen las ganancias y pérdidas;
e) Aportaciones de los propietarios y las distribuciones a los mismos en su condición de tales
f) Flujos de efectivo.

(NIC 1.- Presentación de estados financieros)

Tabla 76. Estado de situación financiera inicial TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA. (Año cero)

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.		
Estado de situación financiera inicial		
Expresado en USD al 31/12/2014		
	Referencia	**2014**
ACTIVOS		
Activos no corrientes		
Propiedad, Planta y Equipo		
Mobiliario y Equipos	Tabla 46	3000,00
Equipos de computación e informática	Tabla 46	3000,00
Total Activos no corrientes		**6000,00**
Activos corrientes		
Disponibles		
Caja	Tabla 46	2000,00
Total Activos corrientes		**2000,00**
TOTAL ACTIVOS		**8000,00**
PATRIMONIO Y PASIVOS		
PATRIMONIO		
Capital Social	Tabla 46	8000,00
TOTAL PATRIMONIO		**8000,00**
PASIVOS		
TOTAL PASIVOS	Tabla 46	**0,00**
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVOS		**8000,00**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.3.6. Capital de trabajo

Es la cantidad de dinero en efectivo que se requiere tener en la empresa hasta que se recuperen las ventas. Para el proyecto se calculan sesenta días de desfase.

$$Capital\ de\ Trabajo = \frac{Total\ Costos\ Incurridos}{\#\ Días\ de\ desfase} = \frac{119132{,}45}{60} = 1985{,}54$$

Se emplea a inicio del primer año de operaciones (2015), recuperándose al final del mismo.

4.3.7. Flujo de fondos del proyecto

b) Flujo de fondos

El proyecto de factibilidad para la creación de una empresa operadora de turismo inclusivo para personas con discapacidad física, maneja el siguiente flujo de fondos desde el año cero de operaciones (2014) hasta el 2020.

Tabla 77. Flujo de Fondos del Inversionista "TURISINCLUSIVE Cía. Ltda."

Año		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
Periodo	**Referencia**	0	1	2	3	4	5	6
Ingresos	Tabla 56	**0,00**	**159880,00**	**263113,61**	**386038,03**	**529563,31**	**706587,43**	**987585,76**
(-) Costos de operación	Tabla 66	**(0,00)**	**(110406,45)**	**(181695,27)**	**(266581,74)**	**(365694,30)**	**(487939,77)**	**(681985,47)**
(-) Gastos de administración		**(0,00)**	**(28595,32)**	**(31130,11)**	**(32243,79)**	**(33408,19)**	**(34609,01)**	**(35855,91)**
Gerente	Tabla 68	0,00	10076,73	11065,90	11461,78	11875,70	12302,55	12745,79
Vendedor	Tabla 69	0,00	7159,29	7855,56	8136,59	8430,42	8733,45	9048,10
Promotor	Tabla 70	0,00	7159,29	7855,56	8136,59	8430,42	8733,45	9048,10
Logística	Tabla 71	0,00	3000,00	3109,35	3220,59	3336,89	3456,83	3581,37
Contador	Tabla 72	0,00	1200,00	1243,74	1288,23	1334,76	1382,73	1432,55
(-) Costos de distribución		**(0,00)**	**(8400,00)**	**(8706,18)**	**(9017,64)**	**(9343,29)**	**(9679,13)**	**(10027,85)**
Arriendo Stand C. Comercial	Tabla 73	0,00	8400,00	8706,18	9017,64	9343,29	9679,13	10027,85
(-) Costos financieros		**(0,00)**	**(326,00)**	**(48,28)**	**(0,00)**	**(0,00)**	**(0,00)**	**(0,00)**
Interés	Tabla 75	0,00	326,00	48,28	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Depreciación		**(0,00)**	**(940,00)**	**(940,00)**	**(940,00)**	**(270,00)**	**(270,00)**	**(270,00)**
Equipos de Computación	Tabla 47	0,00	670,00	670,00	670,00	0,00	0,00	0,00
Muebles y Enseres	Tabla 48	0,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00
= Ganancia antes de participación		**0,00**	**11212,23**	**40593,78**	**77254,86**	**120847,52**	**174089,53**	**259446,53**
(-) 15% PUT		(0,00)	(1681,83)	(6089,07)	(11588,23)	(18127,13)	(26113,43)	(38916,98)
= Ganancia antes de impuestos		**0,00**	**9530,39**	**34504,71**	**65666,63**	**102720,39**	**147976,10**	**220529,55**
(-) 22% Impuesto a la Renta		(0,00)	(2096,69)	(7591,04)	(14446,66)	(22598,49)	(32554,74)	(48516,50)
= Resultado integral del ejercicio		**0,00**	**7433,71**	**26913,67**	**51219,97**	**80121,91**	**115421,36**	**172013,05**
(-) Dividendos a socios		(0,00)	(4460,22)	(16148,20)	(30731,98)	(48073,14)	(69252,82)	(103207,83)
= **Ganancias no repartidas**		**0,00**	**2973,48**	**10765,47**	**20487,99**	**32048,76**	**46168,54**	**68805,22**
(+) Depreciación		0,00	940,00	940,00	940,00	270,00	270,00	270,00
(+) Dividendos a socios		0,00	4460,22	11687,98	14583,78	17341,16	21179,67	33955,01
(+) 15% PUT		0,00	1681,83	4407,23	5499,16	6538,90	7986,30	12803,55
(+) 22% Impuesto a la Renta		0,00	2096,69	5494,35	6855,62	8151,83	9956,26	15961,76
(-) Activo Fijo	Tabla 76	(6000,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)
(-) Aporte en Efectivo	Tabla 76	(2000,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)	(0,00)
(+) Dep. Banco aporte en efectivo		0,00	2000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Préstamo	Tabla 74	0,00	3000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Capital de trabajo		0,00	(1985,54)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(+) Recuperación capital de trabajo		0,00	1985,54	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Amortización préstamo	Tabla 75	0,00	(1923,52)	(1076,48)	0,00	0,00	0,00	0,00
= Flujo de fondos del proyecto		**-8000,00**	**15228,71**	**32218,55**	**48366,55**	**64350,65**	**85560,77**	**131795,54**
(+) Efectivo al inicio del periodo		0,00	0,00	15228,71	32218,55	48366,55	64350,65	85560,77
= Efectivo al final del periodo		**-8000,00**	**15228,71**	**47447,26**	**95813,81**	**160164,46**	**245725,23**	**377520,78**
	Referencia:		Tabla 80	Tabla 81	Tabla 82	Tabla 83	Tabla 84	Tabla 85

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 78. Estado de situación financiera de TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA. (Proyección 2014 – 2020)

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.								
Estado de situación financiera								
Expresado en USD (Proyección 2014 - 2020)								
	Referencia	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
ACTIVOS								
Activos no corrientes								
Propiedad, Planta y Equipo								
Mobiliario y equipos	Tabla 46	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
(-) Dep. Acum. Mobiliario y equipos	Tabla 48	(0,00)	(270,00)	(540,00)	(810,00)	(1080,00)	(1350,00)	(1620,00)
Equipos de computación e informática	Tabla 46	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00	3000,00
(-) Dep. Acum. Eq. de comp. e informática	Tabla 48	(0,00)	(670,00)	(1340,00)	(2010,00)	(2010,00)	(2010,00)	(2010,00)
Total Activos no corrientes		**6000,00**	**5060,00**	**4120,00**	**3180,00**	**2910,00**	**2640,00**	**2370,00**
Activos corrientes								
Disponibles								
Caja	Tabla 46	2000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Bancos	Tabla 77	0,00	15228,71	47447,26	95813,81	160164,46	245725,23	377520,78
Total Activos corrientes		**2000,00**	**15228,71**	**47447,26**	**95813,81**	**160164,46**	**245725,23**	**377520,78**
TOTAL ACTIVOS		**8000,00**	**20288,71**	**51567,26**	**98993,81**	**163074,46**	**248365,23**	**379890,78**
PATRIMONIO Y PASIVOS								
PATRIMONIO								
Capital social	Tabla 51	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00
Ganancias no repartidas	Tabla 77	0,00	2973,48	13738,95	34226,94	66275,70	112444,25	181249,47
TOTAL PATRIMONIO		**8000,00**	**10973,48**	**21738,95**	**42226,94**	**74275,70**	**120444,25**	**189249,47**
PASIVOS								
Pasivos no corrientes								
Préstamos bancarios por pagar largo plazo	Tabla 75	0,00	1076,48	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Total Pasivos no corrientes		**0,00**	**1076,48**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**	**0,00**
Pasivos corrientes								
Dividendos por pagar	Tabla 77	0,00	4460,22	16148,20	30731,98	48073,14	69252,82	103207,83
15% PUT por pagar	Tabla 77	0,00	1681,83	6089,07	11588,23	18127,13	26113,43	38916,98
22% Impuesto a la Renta por pagar	Tabla 77	0,00	2096,69	7591,04	14446,66	22598,49	32554,74	48516,50
Total Pasivos corrientes		**0,00**	**8238,75**	**29828,31**	**56766,87**	**88798,76**	**127920,99**	**190641,31**
TOTAL PASIVOS		**0,00**	**9315,23**	**29828,31**	**56766,87**	**88798,76**	**127920,99**	**190641,31**
TOTAL PATRIMONIO Y PASIVOS		**8000,00**	**20288,71**	**51567,26**	**98993,81**	**163074,46**	**248365,23**	**379890,78**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

Tabla 79. Estado de resultados de TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA. (Proyección 2014 – 2020)

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.								
Estado de resultados								
Expresado en USD (Proyección 2014 - 2020)								
	Ref.	**2014**	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Ingresos por actividades ordinarias	Tabla 56	0,00	159880,00	263113,61	386038,03	529563,31	706587,43	987585,76
(-) Costo de ventas (Operación Tours)	Tabla 66	(0,00)	(110406,45)	(181695,27)	(266581,74)	(365694,30)	(487939,77)	(681985,47)
= Margen bruto		**0,00**	**49473,55**	**81418,34**	**119456,29**	**163869,01**	**218647,66**	**305600,29**
Otros ingresos		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
(-) Gastos Administrativos								
Sueldos y remuneraciones	Tablas: 68 69 70	0,00	17280,00	17909,86	18550,58	19220,49	19911,35	20628,71
Décimo tercer sueldo		0,00	1440,00	1492,49	1545,88	1601,71	1659,28	1719,06
Décimo cuarto sueldo		0,00	1055,80	1094,29	1133,43	1174,37	1216,58	1260,41
Fondos de reserva		0,00	0,00	1492,49	1545,88	1601,71	1659,28	1719,06
Vacaciones		0,00	720,00	746,24	772,94	800,85	829,64	859,53
Aporte patronal (12,15%)		0,00	2099,52	2176,05	2253,90	2335,29	2419,23	2506,39
Provisión liquidación		0,00	1800,00	1865,61	1932,35	2002,13	2074,10	2148,82
Honorarios profesionales	Tab.71 -72	0,00	4200,00	4353,09	4508,82	4671,65	4839,56	5013,92
= Total gastos administrativos		**(0,00)**	**(28595,32)**	**(31130,11)**	**(32243,79)**	**(33408,19)**	**(34609,01)**	**(35855,91)**
(-) Costo de distribución								
Arriendo stand C. Comercial	Tabla 73	0,00	8400,00	8706,18	9017,64	9343,29	9679,13	10027,85
= Total costos de distribución		**(0,00)**	**(8400,00)**	**(8706,18)**	**(9017,64)**	**(9343,29)**	**(9679,13)**	**(10027,85)**
(-) Costos financieros								
Interés préstamo bancario	Tabla 75	0,00	326,00	48,28	0,00	0,00	0,00	0,00
= Total costos financieros		**(0,00)**	**(326,00)**	**(48,28)**	**(0,00)**	**(0,00)**	**(0,00)**	**(0,00)**
(-) Gastos de depreciación								
Gto. Dep. Mobiliario y equipos	Tabla 48	0,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00	270,00
Gto. Dep. Equipos de computación	Tabla 47	0,00	670,00	670,00	670,00	0,00	0,00	0,00
= Total gastos de depreciación		**(0,00)**	**(940,00)**	**(940,00)**	**(940,00)**	**(270,00)**	**(270,00)**	**(270,00)**
= Ganancia antes de participación		**0,00**	**11212,23**	**40593,77**	**77254,86**	**120847,52**	**174089,53**	**259446,53**
(-) 15% PUT	Tabla 77	(0,00)	(1681,83)	(6089,07)	(11588,23)	(18127,13)	(26113,43)	(38916,98)
= Ganancia antes de impuestos		**0,00**	**9530,39**	**34504,71**	**65666,63**	**102720,40**	**147976,10**	**220529,55**
(-) 22% Impuesto a la Renta	Tabla 77	(0,00)	(2096,69)	(7591,04)	(14446,66)	(22598,49)	(32554,74)	(48516,50)
= Resultado integral del ejercicio		**0,00**	**7433,71**	**26913,67**	**51219,97**	**80121,91**	**115421,36**	**172013,05**
(-)Dividendos a socios	Tabla 77	(0,00)	(4460,22)	(16148,20)	(30731,98)	(48073,14)	(69252,82)	(103207,83)
= Ganancias no repartidas		**0,00**	**2973,48**	**10765,47**	**20487,99**	**32048,76**	**46168,54**	**68805,22**

Nota. Autor Tesis de Grado – Daniel Emilio Vinueza Morales

4.3.8. Evaluación financiera del proyecto

Al tratarse de una empresa que busca el bienestar social por encima del lucro, el análisis pretende demostrar la factibilidad y viabilidad económica del proyecto, para poder cumplir con los objetivos planteados.

Los indicadores financieros: Tasa Mínima Atractiva de Retorno, Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno, Tasa Verdadera de Retorno, Relación Costo – Beneficio, brindan la fuente necesaria para la toma de decisiones sobre la puesta en marcha y los réditos económicos que se conseguiría al operar comercialmente desde el año 2015.

a) Tasa Mínima Atractiva de Retorno (TMAR)

"Representa el coste de oportunidad en el que incurre el inversionista por canalizar su dinero en un proyecto determinado y no en otro; es decir, la TMAR es la mínima rentabilidad que el inversor está dispuesto a ganar." (Ordoñez, F., 2013)

Teóricamente varios autores definen como elementos de cálculo de la TMAR, la suma de la tasa de interés pasiva, índice de inflación anual y una prima de riesgo. El último elemento tradicionalmente representa los factores que generan inseguridad al momento de invertir.

En el caso de proyectos con inversión extranjera, es pertinente el uso de la tasa de riesgo país y el efecto de una tasa libre de riesgo como la de rendimiento de los bonos del tesoro de los Estados Unidos.

Particularmente para el estudio, al tener carácter de índole social y no tener inversión extranjera, la prima de riesgo no se encontraría representada por las tasas antes descritas, sino más bien por el índice de productividad y el PIB sectorial de turismo.

Composición de la TMAR:

$$TMAR_1 = Tasa\ de\ Inflación + Tasa\ de\ Interés\ Pasiva + Índice\ de\ Productividad$$

$$TMAR_2 = Tasa\ de\ Inflación + Tasa\ de\ Interés\ Pasiva + PIB\ Sector\ Turismo$$

Donde:

Tasa de Inflación = Índice de inflación anual promedio para el año 2014.
Tasa de Interés Pasiva = Tasa Pasiva Referencial del Banco Central del Ecuador para el mes de diciembre del 2014.
Índice de Productividad = Índice de productividad utilizado por el Ministerio del Trabajo para el cálculo del salario básico.
PIB Sector Turismo = Porcentaje de contribución de servicios relacionados al turismo dentro del PIB para el primer trimestre del 2014.

Datos:

Tasa de Inflación = 3,51%
Tasa de Interés Pasiva = 5,18%
Índice de Productividad = 4,05%
PIB Sector Turismo = 1,00%

Desarrollo:

$$TMAR_1 = 3{,}51\% + 5{,}18\% + 4{,}05\%$$
$$TMAR_1 = 12{,}74\%$$

$$TMAR_2 = 3{,}51\% + 5{,}18\% + 1{,}00\%$$
$$TMAR_2 = 9{,}69\%$$

b) Valor Actual Neto (VAN)

Es un indicador que tiene por finalidad determinar la viabilidad de un proyecto. Es el valor que resulta de la diferencia entre el valor presente de los futuros ingresos netos esperados (son descontados a una tasa *k* que representa el costo de oportunidad del capital) y el desembolso inicial de la inversión I_0.

Fórmula:

$$VAN = -I_0 + \frac{FF_1}{(1+k)^1} + \frac{FF_2}{(1+k)^2} + \ldots + \frac{FF_n}{(1+k)^n}$$

Donde:

$I_0 =$ Desembolso inicial de la inversión. (Flujo de fondos periodo cero)

$FF_1 =$ Flujo de fondos periodo 1

$FF_2 =$ Flujo de fondos periodo 2

$FF_n =$ Flujo de fondos para *n* periodos

k = Tasa de descuento (TMAR)

Desarrollo:

$$VAN_1 = -8000 + \frac{15228{,}71}{(1+0{,}1274)^1} + \frac{32218{,}55}{(1+0{,}1274)^2} + \frac{48366{,}55}{(1+0{,}1274)^3} + \frac{64350{,}65}{(1+0{,}1274)^4} + \frac{85560{,}77}{(1+0{,}1274)^5} + \frac{131795{,}54}{(1+0{,}1274)^6}$$

$$VAN_1 = -8000 + 13507{,}81 + 25348{,}36 + 33752{,}90 + 39832{,}80 + 46976{,}92 + 64184{,}85$$

$$VAN_1 = 215603{,}64$$

$$VAN_2 = -8000 + \frac{15228,71}{(1+0,0989)^1} + \frac{32218,55}{(1+0,0989)^2} + \frac{48366,55}{(1+0,0989)^3} + \frac{64350,65}{(1+0,0989)^4} + \frac{85560,77}{(1+0,0989)^5} + \frac{131795,54}{(1+0,0989)^6}$$

$$VAN_2 = -8000 + 13858,14 + 26680,24 + 36447,74 + 44128,61 + 53392,94 + 74843,09$$

$$VAN_2 = 241350,75$$

Análisis:

Los resultados obtenidos $VAN_1 = 215603,64$ (TMAR del 12,74%) y $VAN_2 = 241350,75$ (TMAR del 9,89%), demuestran que el proyecto de factibilidad para la creación de una empresa operadora de turismo inclusivo es viable desde el punto de vista financiero; por tanto, es procedente ponerlo en ejecución.

c) Tasa Interna de Retorno (TIR)

Es un indicador financiero que permite establecer la rentabilidad de un proyecto, sea de índole social o con fines de lucro. Para el cálculo toma en cuenta dos tasas de descuento ($TMAR_1$ y $TMAR_2$) y el resultado del VAN según estas tasas.

Fórmula:

$$TIR = d_2 - VAN_2 \left\{ \frac{d_2 - d_1}{VAN_2 - VAN_1} \right\}$$

Donde:

$d_2 =$ Tasa de descuento dos (TMAR según el segundo criterio de cálculo)

$d_1 =$ Tasa de descuento uno (TMAR según el primer criterio de cálculo)

$VAN_2 =$ Valor Actual Neto del proyecto utilizando la $TMAR_2$

$VAN_1 =$ Valor Actual Neto del proyecto utilizando la $TMAR_1$

Desarrollo:

$$TIR = 0{,}0989 - 241350{,}75\left\{\frac{0{,}0989 - 0{,}1274}{241350{,}75 - 215603{,}64}\right\}$$

$$TIR = 0{,}0989 - 241350{,}75\left\{\frac{-0{,}0285}{25747{,}11}\right\}$$

$$TIR = 0{,}0989 + 0{,}267156056$$

$$TIR = 0{,}366056056 \approx 0{,}3661$$

Análisis:

El proyecto para crear una empresa operadora de turismo inclusivo es rentable, debido a que para las dos TMAR ($TMAR_1 = 12{,}74\%$ y $TMAR_2 = 9{,}89\%$), la TIR resultante del 36,61% supera ampliamente las expectativas mínimas de rentabilidad y retorno del capital deseados por parte de los socios constituyentes de la compañía; por tanto, es recomendable realizar el proyecto.

d) Tasa Verdadera de Retorno

"Supone que la tasa de rentabilidad del proyecto es diferente a la rentabilidad a la que se invierten los flujos de caja de cada periodo pues estos recursos cuentan con otras opciones para ser reinvertidos". **(**Díaz, F., Medellín, V., Ortega, J., Santana, L., González, M., Oñate, G. y Baca, C., 2009, p. 315)

Fórmula:

$$TVR = \sqrt[n]{\frac{\sum Flujos\ positivos\ a\ valor futuro}{\sum Flujos\ negativos\ a\ valor\ presente}} - 1$$

Donde:

$\sum$ Flujos positivos a valor futuro = La suma de los flujos de fondos con signo positivo (>0) llevados a valor futuro $(1+i)^n$

$\sum$ Flujos negativos a valor futuro = La suma de los flujos de fondos con signo negativo (<0) llevados a valor presente $(1+i)^{-n}$

n = Número de periodos proyectados

i = Para el estudio, viene a ser la $TMAR_1$ o la $TMAR_2$

Desarrollo:

$$TVR_1 = \sqrt[6]{\frac{15228{,}71(1{,}1274)^5 + 32218{,}55(1{,}1274)^4 + 48366{,}55(1{,}1274)^3 + 64350{,}65(1{,}1274)^2 + 85560{,}77(1{,}1274)^1 + 131795{,}54}{8000}} - 1$$

$$TVR_1 = \sqrt[6]{\frac{27736{,}60 + 52049{,}69 + 69307{,}34 + 81791{,}66 + 96461{,}22 + 131795{,}54}{8000}} - 1$$

$$TVR_1 = \sqrt[6]{\frac{459142{,}04}{8000}} - 1$$

$$TVR_1 = \sqrt[6]{57{,}39275497} - 1$$

$$TVR_1 = 1{,}964006159 - 1$$

$$TVR_1 = 0{,}964006159 \approx 96{,}40\%$$

$$TVR_2 = \sqrt[6]{\frac{15228{,}71(1{,}0989)^5 + 32218{,}55(1{,}0989)^4 + 48366{,}55(1{,}0989)^3 + 64350{,}65(1{,}0989)^2 + 85560{,}77(1{,}0989)^1 + 131795{,}54}{8000}} - 1$$

$$TVR_2 = \sqrt[6]{\frac{24403{,}60 + 46982{,}78 + 64182{,}95 + 77708{,}64 + 94022{,}73 + 131795{,}54}{8000}} - 1$$

$$TVR_2 = \sqrt[6]{\frac{439096{,}24}{8000}} - 1$$

$$TVR_2 = \sqrt[6]{54{,}88702991} - 1$$

$$TVR_2 = 1{,}94944785 - 1$$

$$TVR_2 = 0{,}94944785 \approx 94{,}94\%$$

Análisis:

Al ser el resultado superior a la Tasa Mínima Atractiva de Retorno deseada por los socios bajo dos criterios de cálculo, demuestra más fehacientemente que el proyecto es viable desde cualquier punto de vista.

La rentabilidad anual del proyecto oscila entre el 96,4% y 94,94% aproximadamente.

e) Relación Costo - Beneficio

Permite establecer si el proyecto es financieramente factible, indiferente o no factible.

"Consiste en la separación de los ingresos y egresos del proyecto y la relación existente entre ellos." **(**Díaz, F., Medellín, V., Ortega, J., Santana, L., González, M., Oñate, G. y Baca, C., 2009, p. 318)

Fórmula:

$$R\,{}^{B}/_{C} = \frac{\sum Flujos\ operacionales\ en\ valor\ presente}{|Inversión\ Inicial|}$$

$$R_1\,{}^{B}/_{C} = \frac{VAN_1 + |Inversión\ Inicial|}{|Inversión\ Inicial|}$$

$$R_2\,{}^{B}/_{C} = \frac{VAN_2 + |Inversión\ Inicial|}{|Inversión\ Inicial|}$$

Donde:

$\sum$ Flujos a valor presente = Valor Actual Neto (VAN) calculados bajo la $TMAR_1$ o $TMAR_2$ + Inversión Inicial

Inversión Inicial = Flujo de fondos para el año cero

Desarrollo:

$$R_1\,{}^{B}/_{C} = \frac{215603{,}64 + |-8000{,}00|}{|-8000{,}00|}$$

$$R_1\,{}^{B}/_{C} = \frac{223603{,}64}{|-8000{,}00|}$$

$$R_1\,{}^{B}/_{C} = 27{,}95$$

$$R_2\,{}^{B}/_{C} = \frac{241350{,}75\ + |-8000{,}00|}{|-8000{,}00|}$$

$$R_2\,{}^{B}/_{C} = \frac{249350{,}75}{|-8000{,}00|}$$

$$R_2\,{}^{B}/_{C} = 31{,}17$$

Análisis:

Con una TMAR del 12,74%, el beneficio/costo del proyecto es 27,95; es decir, TURISINCLUSIVE será rentable por al menos seis años y por cada dólar americano invertido, se obtienen USD$ 26,95.

En igual sentido, bajo el cálculo en base a una TMAR del 9,89%, el beneficio/costo del proyecto es de 31,17; por tanto, al invertir un dólar, se obtienen USD$ 30,17 de ganancia.

4.3.9. Determinación del punto de equilibrio por tours

Permite determinar la cantidad mínima de usuarios e ingresos por viaje que se debe tener para no perder ni ganar.

El análisis se realiza para el primer año de operaciones (2015), por cuanto se cuenta con costos reales no proyectados y el precio se encuentra establecido en base al importe de tours similares en el mercado.

Fórmula:

Punto de equilibrio: cantidad

$$PE = Utilidad\ cero$$
$$0 = IT - CT$$
$$0 = IT - (CF + CV)$$
$$0 = P * Q - (CF + CVU * Q)$$

Donde:

PE = Punto de Equilibrio = Utilidad cero

IT = Ingreso Total = P*Q

P*Q = Precio x Cantidad

CT = Costo Total

CF = Costos Fijos Totales

CV = Costos Variables Totales = CVU*Q

CVU*Q = Costo Variable Unitario x Cantidad

Punto de equilibrio: ingreso de equilibrio

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{IT}\right)}$$

Donde:

PE = Punto de Equilibrio = Ingreso Total igual al Costo Total

IT = Ingreso Total = P*Q

P*Q = Precio x Cantidad

CF = Costos Fijos Totales

CV = Costos Variables Totales = CVU*Q

CVU*Q = Costo Variable Unitario x Cantidad

c) Punto de equilibrio cantidad de pasajeros e ingresos: tour "Papallacta"

Para el año 2015, con referencia a los datos insertos en la Tabla 57, el tour a Papallacta tiene como precio USD$ 26, costos fijos por USD$262,50 y costos variables unitarios de USD$ 9.

Desarrollo:

$$0 = P * Q - (CF + CVU * Q)$$

$$0 = 26Q - (262{,}50 + 9Q)$$

$$0 = 17Q - 262{,}50$$

$$17Q = 262{,}50$$

$$Q = \frac{262{,}50}{17}$$

$$Q = 15{,}44 \approx 16\ personas$$

Respuesta: se requieren al menos 16 clientes por viaje a Papallacta para no perder ni ganar.

El ingreso total de equilibrio es:

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{IT}\right)}$$

$$PE = \frac{262{,}50}{1 - \left(\frac{9{,}00Q}{26Q}\right)}$$

$$PE = 401{,}47$$

Respuesta: el ingreso total de equilibrio es USD$ 401,47.

d) Punto de equilibrio cantidad de pasajeros e ingresos: tour "Chachimbiro"

Para el año 2015, con referencia a los datos insertos en la Tabla 58, el tour a Chachimbiro tiene como precio USD$ 30, costos fijos por USD$315 y costos variables unitarios de USD$ 10.

Desarrollo:

$$0 = P * Q - (CF + CVU * Q)$$

$$0 = 30Q - (315{,}00 + 10Q)$$

$$0 = 20Q - 315{,}00$$

$$20Q = 315{,}00$$

$$Q = \frac{315{,}00}{20}$$

$$Q = 15{,}75 \approx 16\ personas$$

Respuesta: se requieren al menos 16 clientes por viaje a Chachimbiro para no perder ni ganar.

El ingreso total de equilibrio es:

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{IT}\right)}$$

$$PE = \frac{315{,}00}{1 - \left(\frac{10{,}00Q}{30Q}\right)}$$

$$PE = 401{,}47$$

Respuesta: el ingreso total de equilibrio es USD$ 472,50.

e) Punto de equilibrio cantidad de pasajeros e ingresos: tour "Aguas Hediondas"

Para el año 2015, con referencia a los datos insertos en la Tabla 59, el tour de Aguas Hediondas tiene como precio USD$ 70, costos fijos por USD$1085 y costos variables unitarios de USD$ 26.

Desarrollo:

$$0 = P * Q - (CF + CVU * Q)$$
$$0 = 70Q - (1085{,}00 + 26Q)$$
$$0 = 44Q - 1085{,}00$$
$$44Q = 1085{,}00$$
$$Q = \frac{1085{,}00}{44}$$
$$Q = 24{,}659 \approx 25\ personas$$

Respuesta: se requieren al menos 25 clientes por viaje hacia Aguas Hediondas para no perder ni ganar.

El ingreso total de equilibrio es:

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{IT}\right)}$$

$$PE = \frac{1085{,}00}{1 - \left(\frac{26Q}{70Q}\right)}$$

$$PE = 1726{,}14$$

Respuesta: el ingreso total de equilibrio es USD$ 1726,14.

f) Punto de equilibrio cantidad de pasajeros e ingresos: tour "Baños de Agua Santa"

Para el año 2015, con referencia a los datos insertos en la Tabla 60, el tour de Baños de Agua Santa tiene como precio USD$ 30, costos fijos por USD$315 y costos variables unitarios de USD$ 9.

Desarrollo:

$$0 = P * Q - (CF + CVU * Q)$$

$$0 = 30Q - (315{,}00 + 9Q)$$

$$0 = 21Q - 315{,}00$$

$$21Q = 315{,}00$$

$$Q = \frac{315{,}00}{21}$$

$$Q = 15{,}00 \approx 15\ personas$$

Respuesta: se requieren al menos 15 clientes por viaje a Baños de Agua Santa para no perder ni ganar.

El ingreso total de equilibrio es:

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{IT}\right)}$$

$$PE = \frac{315{,}00}{1 - \left(\frac{9{,}00Q}{30Q}\right)}$$

$$PE = 450{,}00$$

Respuesta: el ingreso total de equilibrio es USD$ 472,50.

g) Punto de equilibrio cantidad de pasajeros e ingresos: tour "Baños de Cuenca"

Para el año 2015, con referencia a los datos insertos en la Tabla 61, el tour de Baños de Cuenca tiene como precio USD$ 150, costos fijos por USD$1540 y costos variables unitarios de USD$ 55.

Desarrollo:

$$0 = P * Q - (CF + CVU * Q)$$
$$0 = 150Q - (1540{,}00 + 55Q)$$
$$0 = 95Q - 1540{,}00$$
$$95Q = 1540{,}00$$
$$Q = \frac{1540{,}00}{95}$$
$$Q = 16{,}21 \approx 17\ personas$$

Respuesta: se requieren al menos 17 clientes por viaje a Baños de Cuenca para no perder ni ganar.

El ingreso total de equilibrio es:

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{IT}\right)}$$

$$PE = \frac{1540{,}00}{1 - \left(\frac{55Q}{150Q}\right)}$$

$$PE = 2431{,}58$$

Respuesta: el ingreso total de equilibrio es USD$ 2431,58.

h) Punto de equilibrio cantidad de pasajeros e ingresos: tour "Tonsupa – Atacames – Las Peñas"

Para el año 2015, con referencia a los datos insertos en la Tabla 62, el tour hacia Tonsupa, Atacames y Las Peñas, tiene un precio USD$ 130, costos fijos por USD$ 1365 y costos variables unitarios de USD$ 61.

Desarrollo:

$$0 = P * Q - (CF + CVU * Q)$$
$$0 = 130Q - (1365{,}00 + 61Q)$$
$$0 = 69Q - 1365{,}00$$
$$69Q = 1365{,}00$$
$$Q = \frac{1365{,}00}{69}$$
$$Q = 19{,}783 \approx 20\ personas$$

Respuesta: se requieren al menos 20 clientes por viaje hacia Tonsupa – Atacames – Las Peñas para no perder ni ganar.

El ingreso total de equilibrio es:

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{IT}\right)}$$

$$PE = \frac{1365{,}00}{1 - \left(\frac{61Q}{130Q}\right)}$$

$$PE = 2571{,}74$$

Respuesta: el ingreso total de equilibrio es USD$ 2571,74.

i) Punto de equilibrio cantidad de pasajeros e ingresos: tour "Salinas – Santa Elena"

Para el año 2015, con referencia a los datos insertos en la Tabla 63, el tour hacia Salinas – Santa Elena, tiene un precio USD$ 200, costos fijos por USD$ 1715 y costos variables unitarios de USD$ 107.

Desarrollo:

$$0 = P * Q - (CF + CVU * Q)$$
$$0 = 200Q - (1715{,}00 + 107Q)$$
$$0 = 93Q - 1715{,}00$$
$$93Q = 1715{,}00$$
$$Q = \frac{1715{,}00}{93}$$
$$Q = 18{,}441 \approx 19\ personas$$

Respuesta: se requieren al menos 19 clientes por viaje hacia Salinas – Santa Elena para no perder ni ganar.

El ingreso total de equilibrio es:

$$PE = \frac{CF}{1 - \left(\frac{CV}{IT}\right)}$$

$$PE = \frac{1715{,}00}{1 - \left(\frac{107Q}{200Q}\right)}$$

$$PE = 3688{,}17$$

Respuesta: el ingreso total de equilibrio es USD$ 3688,17.

4.3.10. Conclusión del análisis financiero del proyecto

En resumen, bajo cualquiera de los índices financieros utilizados, demuestra que el Proyecto de Factibilidad para la Creación de una Empresa Operadora de Turismo Inclusivo para Personas con Discapacidad Física de la ciudad de Quito, es viable y factible; por cuanto, se recomienda ponerlo en práctica ya que es un excelente emprendimiento empresarial con visión social.

CONCLUSIONES

1. El desconocimiento y falta de apoyo por parte de organismos públicos o privados, impulsando la inclusión social de las personas con discapacidad en diversas actividades, genera que éstas reciban carentes servicios en áreas como transporte, salud, inclusión productiva, infraestructura y servicios de recreación. En el ámbito turístico, se segrega un potencial mercado que podría llevar al país a competir con gigantes del turismo mundial como Estados Unidos, España, Francia, entre otros, en los cuales el turismo representa en promedio un 11% en la participación del PIB, estando por encima de la agricultura y la construcción.

2. El entorno organizacional tanto en factores internos como externos, indica que el nivel competitivo dentro del sector es mínimo; puesto que, en todo el país existen cinco empresas que brindan servicios similares a los propuestos por la empresa resultante del desarrollo del trabajo de grado.

3. El mercado turístico nacional muestra una carencia de ofertas turísticas para este grupo social, indicando que un 62,2% de la población encuestada desconoce la existencia de servicios turísticos inclusivos.

4. El método de operación propuesto, brinda una pauta de funcionamiento efectivo y objetivo, que permite una consecución eficaz de recursos y generación de réditos tanto económicos como sociales; puesto que, incluye a las personas con discapacidad física en el turismo, brinda fuentes de empleo y genera ganancias a los socios de la empresa.

RECOMENDACIONES

1. El Estado debe potenciar la creación de empresas destinadas al turismo para personas con discapacidad, brindando facilidades tributarias y exenciones de impuestos para la adquisición de vehículos y bienes adecuados a las necesidades de este grupo social.

2. Realizar campañas de difusión en medios de comunicación, dando a conocer el potencial turístico del país, indicando que este servicio es inclusivo para todos los ciudadanos sin discrimen por su condición.

3. Brindar un servicio turístico personalizado para personas con discapacidad física, que permita diferenciar el producto del resto de compañías operadoras.

4. Establecer alianzas estratégicas con sectores involucrados en la recreación y distracción de personas con discapacidad, para obtener réditos económicos que permitan solventar y expandir el funcionamiento de la empresa.

5. Brindar un servicio de calidad, eficiente y eficaz, para captar la mayor cantidad de usuarios insatisfechos de la oferta local.

6. Al poner en funcionamiento la empresa, se debe seguir los lineamientos propuestos en el ámbito operativo, de ubicación y estructural de la empresa.

7. Es procedente basar la contratación de personal de acuerdo a las competencias profesionales descritas dentro de la gestión del Talento Humano.

LISTA DE REFERENCIAS

Ajuntament de Barcelona. (2013). Dossier: *Los Contenidos como Estrategia del Marketing.* Barcelona: Barcelona activa.

Andino, P. (2012, pp. 6-19). *Trabajos de Investigación de Fin de Carrera.* Quito: Universidad Internacional SEK.

Baca Urvina, G. (2013, p.107-111). *Evaluación de Proyectos (7ma. Edición).* México: McGraw-Hill.

Banco Bolivariano (2014). Tarifario de Servicios Financieros Banco Bolivariano y Bankard - Octubre 2014. Obtenido de: http://www.bolivariano.com/images/pdfs/tarifario_bancobolivariano.pdf. Consultado el: 20/12/2014.

Banco Central del Ecuador (2014, p.6). *Estadísticas Macroeconómicas.* Quito: Dirección de Estadística Económica – BCE.

Banco Central del Ecuador, 2014. *Indicadores Económicos – Ticker. Tasa de Interés Pasiva 2014.* Obtenido de: http://www.bce.fin.ec/index.php/indicadores-economicos. Consultado: 22/12/2014.

Banco de Fomento (2014). *Crédito de Producción, Comercio y Servicios.* Obtenido de: https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=359&Itemid=316&lang=es. Consultado el: 20/12/2014.

Banco del Pacífico (2014). *Crédito Empresarial.* Obtenido de: https://www.bancodelpacifico.com/creditos/para-empresas/credito-empresarial.aspx. Consultado el: 20/12/2014.

Caiza, O. (2012, p.65). *Centro de Enseñanza para Discapacitados, año 2012. Plan de Investigación del Trabajo de Fin de Carrera.* Quito: Universidad Internacional del Ecuador. Obtenido de: http://dspace.internacional.edu.ec:8080/jspui/bitstream/123456789/227/1/901869.pdf

Cámara de Comercio de Pichincha. (2014, p.3). *Reglamento de Cuotas*. Obtenido de: http://www.captur.travel/web2011/porque_afiliarte/reglam_cuotas.pdf. Consultado el 11/10/2014.

Consejo de la Judicatura. (2012). *Tasas y Tarifas por Servicios Notariales – Resolución N° 073-2012.* Obtenido de: http://www.lacamaradequito.com/uploads/tx_documents/resolucion73cnj.pdf. Consultado el 11/10/2014

Consejo Nacional de Igualdad de Discapacidades. (2013, p.5). *CONADIS – Registro Nacional de Discapacidades.* Obtenido de http://www.consejodiscapacidades.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2014/03/conadis_registro_nacional_discapacidades.pdf . Consultado el 04/09/2014

Corporación Financiera Nacional (2014). *Tasas de Interés.* Obtenido de: http://www.cfn.fin.ec/images/stories/TASASDICIEMBRE.pdf. Consultado el: 17/12/2014.

Cifuentes, C. (2014). *Blogspot – Acuario 27.* Obtenido de: http://www.acuario27.com/wordpress/tag/fotos/page/38/. [Consultado el 26/11/2014]

DEMETÁLICOS (2014). *Kiosko Techo Curvo.* Obtenido de*:* http://demetalicos.com/productos_kioskos. Consultado el 11/11/2014.

Diario Últimas Noticias (2011). Apréndase el número de sus rutas. Quito. Obtenido de: http://www.ultimasnoticias.ec/noticias/3382-aprendase-el-numero-de-sus-rutas.html . Consultado: 13/12/2014

Díaz, F., Medellín, V., Ortega, J., Santana, L., González, M., Oñate, G. y Baca, C. (2009). *Proyectos – Formulación y criterios de evaluación.* México: Alfaomega.

Ecuador. (2008). *Constitución del Ecuador.* Quito. Registro Oficial 449 del 20/09/2008.

Ecuador. (1999). *Ley de Gestión Ambiental.* Quito. Registro Oficial 245 del 30/07/1999.

Ecuador. (2012). *Ley Orgánica de Discapacidades.* Quito. Suplemento Registro Oficial 796 del 25/09/2012.

Ecuador. (1999, Art.92, p.30). *Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno.* Quito. Suplemento Registro Oficial N° 321 del 18/11/1999. Obtenido de: http://descargas.sri.gov.ec/download/pdf/leytribint.pdf

Ecuador. (2002). *Ley de Turismo.* Quito. Suplemento Registro Oficial N° 733 del 27/12/2002.

Ecuador. (2004). *Reglamento General a la Ley de Turismo.* Quito. Registro Oficial N° 244 del 05/01/2004.

Empresa Pública Santa Agua Chachimbiro. GAD Provincia de Imbabura. *Fotos Balneario de Chachimbiro.* Obtenido de: http://imbabura.gob.ec/chachimbiro/. Consultado el 24/11/2014

Endara, N. (2013, p.55). *Guía de Lenguaje Positivo y Comunicación Incluyente. (2da. Edición).* Quito: Imprenta CONADIS.

Enríquez, C. (8 de diciembre del 2014). Publicación: Cita clave para definir el alza salarial del 2015. *El Comercio.* Quito – Ecuador. Consultado el: 14/12/2014.

Federación Nacional de Ecuatorianos con Discapacidad Física (2014). *Guía de Turismo Accesible para Personas con Discapacidad.* Obtenido de: http://ecuadorturismoaccesibleparapersonascondiscapacidad.com/index.php?option=com_content&view=article&id=16&Itemid=13 . Consultado: 20/09/2014.

Federación Provincial de Asociaciones de Personas con Discapacidad Física y Orgánica de Jaén. (2014). *Turismo Accesible.* Obtenido de: http://jaenaccesible.org/meta/

Fundación Municipal de Turismo de Cuenca. (2014). *SPA Termal NOVAQUA*. Fotografía. Obtenido de: http://www.cuenca.com.ec/cuencanew/node/456 . Consultado el 25/11/2014.

GAD Municipal de Quijos – Napo. *Aguas Termales de Papallacta.* Obtenido de: http://aventura.quijos.gob.ec/aguas-termales-de-papallacta/ . Consultado el 24/11/2014.

Google Inc. (2014). *Google Earth – Ubicación ciudad de Quito.* Obtenido de https://www.google.com/maps/place/Quito/@-0.1865943,78.4305382,11 z/data=!3m1!4b1!4m2!3m1!1s0x91d59a4002 427c9f:0x44b991e158ef5572. Consultado el: 15/12/2014.

Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual "IEPI". (2014). *Cuadro de Tasas que cobra el IEPI por actos o servicios que brinda a los usuarios - Costo Certificado "IEPI".* Obtenido de: http://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/2013/08/reformas_tasas_2013.pdf . Consultado el: 11/10/2014.

Instituto Nacional de Estadística y Censos (2014). *Serie Histórica de la Canasta Familiar Básica Nacional – Agosto 2014.* Obtenido de: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/canasta/

Ipiales, N. (2011, p.4). *Proyecto de Rehabilitación con base comunitaria para personas con discapacidad en la parroquia de Malchinguí, cantón Pedro Moncayo. Proyecto previo a la obtención del título de: Licenciada en Ciencias de la Educación.* Quito: Universidad Politécnica Salesiana. Obtenido de: http://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/2933/1/UPS-QT00073.pdf.pdf

Jaen Accesible (2014). *Manual Especializado de Turismo Accesible.* Obtenido de: http://www.jaenaccesible.org/meta//necesidad.php . Consultado el 25/10/2014

Kotler, P. (2011, p.65). *Dirección de Marketing (14ta. Edición).* México: Pearson Education.

McIntosh, R., Goeldner, C. y Brent, R. (2002, p.572). *Turismo – Administración, Planeación y Perspectivas. Salazar, M. (trad).* México: Limusa.

Ministerio de Relaciones Laborales (2014). *Acuerdo N° 0253.* Quito: Suplemento del Registro Oficial N° 167 del 22 de enero del 2014. Obtenido de: http://www.edicioneslegales.com.ec/documentos/SIE-LAB-14-01.pdf

Ministerio de Relaciones Laborales (2012). *Estadísticas Ministerio de Relaciones Laborales.* Quito: Dirección de Relaciones Institucionales.

Ministerio de Turismo (2014). Información procedimiento para obtener el registro de turismo. Obtenido de: www.turismo.gob.ec . Consultado 01/10/2014.

Ministerio de Turismo (2014). *Modelo Licencia Única Anual de Funcionamiento.* Obtenido de: http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LICENCIA-UNICA-ANUAL-DE-FUNCIONAMIENTO-VERSION-01.pdf

Ministerio de Turismo (2014). *Modelo de Registro de Turismo.* Obtenido de: http://www.turismo.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2012/09/CERTIFICADO-DE-REGISTRO-VERSION-01.pdf

Ministerio de Turismo. (2014). *Trámites Ciudadanos — Registro de Agencias de Viaje Operadoras.* Obtenido de: http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=5046 . Consultado el 11/10/2014.

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito. (2014). *Mapa de Quito.* Quito: Imprenta Municipal.

Navarro, W. (2010, p.26). *Guía para la Elaboración de Tesis.* Quito: Facultad de Ciencias Administrativas – Universidad Central del Ecuador.

NEXOTUR. (07 de febrero del 2013). La aportación del Turismo al PIB español supera el 11% en 2012, creciendo por tercer año consecutivo. *NEXOTUR.* Obtenido de: http://www.nexotur.com/nexotur/aportacin/turismo/al/pib/espaol/supera/11/2012/creciendo/tercer/ao/consecutivo/55620/. Consultado el 06/09/2014.

Nuñez, K. (2013). *Kasandra Llerena Blogspot – Baños de Agua Santa.* Obtenido de: http://kasandrallerena.blogspot.com/. Consultado el 25/11/2014.

Oficina Económica y Comercial de España. (2013, p.13). *Informe Económico y Comercial – Estados Unidos. Actualizado a julio del 2013.* Obtenido de: http://www.iberglobal.com/files/eeuu_iec.pdf

Ordoñez, F., 2013. *Evaluación Financiera de los Proyectos de Inversión.* Escuela Politécnica del Litoral. Obtenido de: http://www.fen.espol.edu.ec/sites/default/files/Documentos/FENopina_Digital/FENOPINA_Nro_46/1FelipeAlvarezOrdonezEvaluacionFinancieradeProyectosdeInversionenelEcuadorFinanzas.htm . Consultado: 22/12/2014.

Organisation for Economic Co-operation and Development, OECD. (2001). *Glossary of statistical terms. [Glosario de términos estadísticos]*. *Vinueza, D. (**trad).*** Obtenido de: http://stats.oecd.org/glossary/detail.asp?ID=2733

Organización Mundial de Turismo. (1995, p.1). *Compilación de las Estadísticas del Gasto Turístico (Manual Técnico N° 2).* Obtenido de https://pub.unwto.org/WebRoot/Store/Shops/Infoshop/Products/1034/1034-4.pdf

Organización Mundial de Turismo. (2014, p.6). *Panorama OMT del Turismo Internacional. (Edición 2014).* Madrid: Organización Mundial de Turismo.

Organización Mundial de Turismo – Fundación ACS. (2014, p.3). *Turismo Accesible para Todos.* Madrid: Impresión Organización Mundial de Turismo, Madrid – España.

Pampillón, R. (28 de febrero del 2013). Estructura de la economía española por sectores económicos y el empleo. *Economy Weblog.* Obtenido de: http://economy.blogs.ie.edu/archives/2013/02/estructura-de-los-sectores-economicos-y-del-empleo-de-la-economia-espanola.php#sthash.kE2M2aWR.dpuf. Consultado el: 07/09/2014.

Parra, P. (8 de diciembre del 2013). Reportaje: Los accesos y espacios inadecuados en buses, 2 problemas en discapacidades. *El Comercio.* Quito – Ecuador.

Porter, M. (2009, p. 10). *Ser Competitivo. Creacions Gràfiques Canigó, S.L. **(trad)***. Harvard Business School. Publishing Corporation. Barcelona: Impresia Ibérica.

Porter, M. (2009, pp. 39-41). *Ventaja Competitiva: Creación y sostenimiento de un Desempeño Superior. [6ta. Reimpresión]*. Colombia: Larousse de Colombia.

Registro Mercantil. (2014*). Calculadora para el pago de derechos de inscripción.* Obtenido de: http://registromercantil.gob.ec/calculadora-pago-derechos-registro.html#acto-societario. Consultado el 11/10/2014.

Revista Española de Salud Pública. (1997). *Valoración de la Discapacidad Física: El Índice de Barthel. (Vol. 71, N° 2.).* Madrid: Departamento de Epidemiología y Estadística – Escuela Nacional de Sanidad.

Sanagustín, E. (2013). *Marketing de Contenidos.* Barcelona: Anaya Multimedia.

Samuelson, P. y Nordhaus, W. (2006, p.718). *Economía (18va. Edición).* México: McGraw Hill.

Secretaria de Turismo de México. (2006, p.3). *Turismo para todos: Política de turismo social.* México. Obtenido de: http://www.sectur.gob.mx/work/models/sectur/Resource/15811/PoliticaPubTurTodos.pdf

SENPLADES, 2009, citado por SENPLADES – Consejo Nacional de Planificación. (2013, p.248). *Plan Nacional del Buen Vivir 2013 – 2017. [Resolución N° CNP-002-2013]*. Quito: Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES).

Servicio Nacional de Rentas Internas (2014). *Sistema de Autorización de Documentos – Información del Contribuyente.* Obtenido de: https://declaraciones.sri.gob.ec/facturacion-internet/consultas/publico/ruc-establec.jspa. Consultado: 20/09/2014.

Shah S. Vanclay F. y Cooper B., 1989, citado por Revista Española de Salud Pública (1997). *Valoración de la Discapacidad Física: El Índice de Barthel. (Vol. 71, N° 2.).* Madrid: Departamento de Epidemiología y Estadística – Escuela Nacional de Sanidad.

Sidharth, T. (2010). *History of PEST analysis. [Historia del Análisis PEST]. Vinueza, D.* ***(trad).*** Obtenido de: http://www.brighthubpm.com/project-planning/101201-history-of-the-pest-analysis/

Superintendencia de Compañías (2014, p.5). *Instructivo Societario – Literal 1.1.41.* Quito: Superintendencia de Compañías.

Toapanta, J. y Germán, R. (2012). *Análisis de la atención a las personas con discapacidad a través de los programas y servicios de inserción laboral en el Ecuador, año 2012. Tesis de Maestría en Gestión y Desarrollo Social*. Quito: Universidad Técnica Particular de Loja. Obtenido de: http://dspace.utpl.edu.ec/bitstream/123456789/5670/1/Jaime%20Toapanta%2c%20Rene%20German.pdf

Valencia, J. (2003). *Diccionario de Términos Turísticos.* Obtenido de http://www.boletin-turistico.com/diccionarioturismo/Diccionario-1/O/OPERADOR-TUR%C3%8DSTICO-1863/

VIVA Travel Guides - Ecuador. *Aguas Hediondas - Spa/Hot Springs*. Obtenido de: http://www.vivatravelguides.com/south-america/ecuador/andean-highlands/northern-andes/tulcan/tulcan-activities/aguas-hediondas/. Consultado el 24/11/2014

Wikipedia (2014). *Fotografía de Salinas (Ecuador) – Vista de la Playa de Chipipe.* Obtenido de: http://en.wikipedia.org/wiki/Salinas,_Ecuador. Consultado el 26/11/2014.

Zapata, L. (2014). Análisis Práctico y Guía de Implementación de NIIF 2011, Incluye NIIF para las PYMES. Quito – Ecuador.

ANEXOS

Anexo 1. Estados de flujo del efectivo y cambios en el patrimonio TURISINCLUSIVE 2015 – 2020

Estado de flujo del efectivo TURISINCLUSIVE al 31/12/2015

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.		
Estado de flujo del efectivo		
Expresado en USD al 31/12/2015		
Método: indirecto		
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS	**Referencia**	**Movimientos**
Resultado Integral del Ejercicio	Tabla 79	7433,71
(-) Dividendos declarados	Tabla 79	(4460,22)
= Ganancias no repartidas	Tabla 79	**2973,48**
(+) Ajustes por gastos que no requieren uso del efectivo		
Gastos de depreciación	Tabla 79	940,00
22% Impuesto a la Renta declarado	Tabla 77	2096,69
Dividendos declarados no pagados	Tabla 77	4460,22
15% PUT declarado	Tabla 77	1681,83
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS		**12152,23**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Compra/Venta de activos fijos		0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		**0,00**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Reembolso de préstamos bancarios	Tabla 77	1076,48
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		**1076,48**
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO		
Incremento en el efectivo para el año finalizado el 31/12/2015		13228,71
Efectivo al 01/01/2015	Tabla 78	2000,00
= EFECTIVO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2015	Tabla 78	**15228,71**

Nota. Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Estado de flujo del efectivo TURISINCLUSIVE al 31/12/2016

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.		
Estado de flujo del efectivo		
Expresado en USD al 31/12/2016		
Método: indirecto		
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS	**Referencia**	**Movimientos**
Resultado Integral del Ejercicio	Tabla 79	26913,67
(-) Dividendos declarados	Tabla 79	(16148,20)
= Ganancias no repartidas	Tabla 79	**10765,47**
(+) Ajustes por gastos que no requieren uso del efectivo		
Gastos de depreciación	Tabla 79	940,00
22% Impuesto a la Renta declarado	Tabla 77	5494,35
Dividendos declarados no pagados	Tabla 77	11687,98
15% PUT declarado	Tabla 77	4407,23
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS		**33295,23**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Compra/Venta de activos fijos		0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		**0,00**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Reembolso de préstamos bancarios	Tabla 77	(1076,48)
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		**(1076,48)**
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO		
Incremento en el efectivo para el año finalizado el 31/12/2016		32218,55
Efectivo al 01/01/2016	Tabla 78	15228,71
= EFECTIVO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2016	Tabla 78	**47447,26**

Nota. Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Estado de flujo del efectivo TURISINCLUSIVE al 31/12/2017

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.		
Estado de flujo del efectivo		
Expresado en USD al 31/12/2017		
Método: indirecto		
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS	**Referencia**	**Movimientos**
Resultado Integral del Ejercicio	Tabla 79	51219,97
(-) Dividendos declarados	Tabla 79	(30731,98)
= Ganancias no repartidas	Tabla 79	**20487,99**
(+) Ajustes por gastos que no requieren uso del efectivo		
Gastos de depreciación	Tabla 79	940,00
22% Impuesto a la Renta declarado	Tabla 77	6855,62
Dividendos declarados no pagados	Tabla 77	14583,78
15% PUT declarado	Tabla 77	5499,16
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS		**48366,55**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Compra/Venta de activos fijos		0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		**0,00**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Reembolso de préstamos bancarios	Tabla 77	0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		**0,00**
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO		
Incremento en el efectivo para el año finalizado el 31/12/2017		48366,55
Efectivo al 01/01/2017	Tabla 78	47447,26
= EFECTIVO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2017	Tabla 78	**95813,81**

Nota. Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Estado de flujo del efectivo TURISINCLUSIVE al 31/12/2018

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.		
Estado de flujo del efectivo		
Expresado en USD al 31/12/2018		
Método: indirecto		
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS	**Referencia**	**Movimientos**
Resultado Integral del Ejercicio	Tabla 79	80121,91
(-) Dividendos declarados	Tabla 79	(48073,14)
= Ganancias no repartidas	Tabla 79	**32048,76**
(+) Ajustes por gastos que no requieren uso del efectivo		
Gastos de depreciación	Tabla 79	270,00
22% Impuesto a la Renta declarado	Tabla 77	8151,83
Dividendos declarados no pagados	Tabla 77	17341,16
15% PUT declarado	Tabla 77	6538,90
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS		**64350,65**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Compra/Venta de activos fijos		0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		**0,00**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Reembolso de préstamos bancarios	Tabla 77	0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		**0,00**
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO		
Incremento en el efectivo para el año finalizado el 31/12/2018		64350,65
Efectivo al 01/01/2018	Tabla 78	95813,81
= EFECTIVO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2018	Tabla 78	**160164,46**

Nota. Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Estado de flujo del efectivo TURISINCLUSIVE al 31/12/2019

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.		
Estado de flujo del efectivo		
Expresado en USD al 31/12/2019		
Método: indirecto		
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS	**Referencia**	**Movimientos**
Resultado Integral del Ejercicio	Tabla 79	115421,36
(-) Dividendos declarados	Tabla 79	(69252,82)
= Ganancias no repartidas	Tabla 79	**46168,54**
(+) Ajustes por gastos que no requieren uso del efectivo		
Gastos de depreciación	Tabla 79	270,00
22% Impuesto a la Renta declarado	Tabla 77	9956,26
Dividendos declarados no pagados	Tabla 77	21179,67
15% PUT declarado	Tabla 77	7986,30
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS		**85560,77**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Compra/Venta de activos fijos		0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		**0,00**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Reembolso de préstamos bancarios	Tabla 77	0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		**0,00**
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO		
Incremento en el efectivo para el año finalizado el 31/12/2019		85560,77
Efectivo al 01/01/2019	Tabla 78	160164,46
= EFECTIVO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2019	Tabla 78	**245725,23**

Nota. Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Estado de flujo del efectivo TURISINCLUSIVE al 31/12/2020

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.		
Estado de flujo del efectivo		
Expresado en USD al 31/12/2020		
Método: indirecto		
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS	**Referencia**	**Movimientos**
Resultado Integral del Ejercicio	Tabla 79	172013,05
(-) Dividendos declarados	Tabla 79	(103207,83)
= Ganancias no repartidas	Tabla 79	**68805,22**
(+) Ajustes por gastos que no requieren uso del efectivo		
Gastos de depreciación	Tabla 79	270,00
22% Impuesto a la Renta declarado	Tabla 77	15961,76
Dividendos declarados no pagados	Tabla 77	33955,01
15% PUT declarado	Tabla 77	12803,55
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES OPERATIVAS		**131795,54**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		
Compra/Venta de activos fijos		0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE INVERSIÓN		**0,00**
FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		
Reembolso de préstamos bancarios	Tabla 77	0,00
= FLUJO DEL EFECTIVO: ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO		**0,00**
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL EFECTIVO		
Incremento en el efectivo para el año finalizado el 31/12/2020		131795,54
Efectivo al 01/01/2020	Tabla 78	245725,23
= EFECTIVO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2020	Tabla 78	**377520,77**

Nota. Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Estado de cambios en el patrimonio TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA. (Proyección 2014 – 2020)

TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA.							
Estado de Cambios en el Patrimonio							
Expresado en USD (Proyección 2014 - 2020)							
	2014	**2015**	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**
Balance al 31 de diciembre	8000,00	20288,71	51567,26	98993,81	163074,46	248365,23	379890,78
Patrimonio total a comienzo del año							
Capital Social	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00	8000,00
Resultado Integral del año							
= Resultado Integral del Ejercicio	**0,00**	**7433,71**	**26913,67**	**51219,97**	**80121,91**	**115421,36**	**172013,05**
(-) Dividendos declarados	(0,00)	(4460,22)	16148,20)	(30731,98)	(48073,14)	(69252,82)	(103207,83)
= Ganancia no repartida	**0,00**	**2973,48**	**10765,47**	**20487,99**	**32048,76**	**46168,54**	**68805,22**
(+) Ganancias retenidas	0,00	0,00	2973,48	13738,95	34226,94	66275,71	112444,25
Patrimonio Total al final del periodo	**8000,00**	**10973,48**	**21738,95**	**42226,94**	**74275,70**	**120444,25**	**189249,47**

Nota. Tabla 78. Estado de Situación Financiera TURISINCLUSIVE CÍA. LTDA. Proyección (2014-2020)
Elaborado por: Autor Tesis de Grado - Daniel Emilio Vinueza Morales

Anexo 2. Políticas empresariales

Políticas empresariales:

Art. 1. La distribución de ganancias es la siguiente:

- 60% se reparte a los socios constituyentes
- 40% se reinvierte en mejorar las prestaciones de servicios ofrecidas por la empresa o para la adquisición de activos fijos.

Art. 2. En caso de existir pérdidas dentro del ejercicio, estas son recapitalizadas mediante las ganancias retenidas de periodos anteriores.

Art. 3. La Junta General de Socios se encuentra conformada por los tres socios constituyentes, teniendo voto dirimente el de mayor aporte en el capital.

Art. 4. El periodo de duración del cargo de Presidente – Gerente General es de dos años, renovable indefinidamente previo consenso entre los socios.

Art. 5. Ejercerá la función de Presidente – Gerente General uno de los socios o un representante elegido mediante votación de estos.

Art. 6. El pago de dividendos se realiza el año fiscal posterior al declarado.

Art. 7. Todo el dinero en efectivo, cheques, serán depositados inmediatamente (máximo al siguiente día) en la cuenta bancaria empresarial abierta bajo aceptación unánime de los socios.

Art. 8. La Junta General de Socios se efectuará únicamente con la presencia de los tres socios constituyentes o representantes aprobados legalmente en una junta anterior.

Art. 9. La Junta General de Socios mantendrá reuniones periódicas cada cuatro meses, pudiéndose llamar a una Junta Extraordinaria en cualquier momento.

Art. 10. El tema del día de la Junta General de Socios necesariamente contendrá la situación económica – financiera de la empresa, presentación de indicadores de operación y satisfacción de usuarios.

Art. 11. Son temas del día de la Junta Extraordinaria:

- Todo aquello que se considere imprescindible dentro de la operación turística.
- Cambios en el manejo económico.
- Situación financiera y administrativa de la empresa.
- Reformas en el manejo administrativo, aumento – disminución de capital, cambios en la Escritura Pública de Constitución.
- Otros que se consideren importantes dentro de la normal operación mercantil.