

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

CARRERA: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Tesis previa a la obtención del Título de: INGENIERO COMERCIAL

TEMA:

**PROYECTO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA
QUE OFREZCA EL SERVICIO DE TOURS POR LA CIUDAD DE QUITO
EN AUTOS DENOMINADOS CHIVAS**

AUTORA:

VIVIANA ELIZABETH AYALA LABANDA

DIRECTOR:

ING. SANTIAGO VALLADARES

Quito, Julio del 2011

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo son de exclusiva responsabilidad de la autora, Viviana Elizabeth Ayala Labanda.

Quito, 14 de julio del 2011

(f) _____

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a mis padres, Mario y María,
porque sus enseñanzas y ejemplo han sido la base para superarme.

A mis hermanas, Maribel, Cecilia, Geovanna y Gabriela, y a mi sobrina, Gisela,
porque junto a mis padres siempre han apoyado los proyectos que he emprendido.

A mi abuelita Rosario que ahora está en el cielo,
un tributo especial, siempre te recordaré.

AGRADECIMIENTO

Le agradezco a Dios por permitirme culminar mis estudios universitarios,
me ha dado la vida y siempre está presente en mis actividades.

A mi Madre que se ha sacrificado tanto por nosotras, sus hijas,
cuya abnegación y cuidado ha motivado a mis hermanas y a mí para seguir adelante
frente a cualquier circunstancia.

A mi padre por su paciencia, me imagino el cansancio que debió sentir cuando me
esperaba todas las noches para regresar a casa después de clases en la universidad.

Al Ing. Santiago Valladares, Director de Tesis, por compartir sus conocimientos
conmigo para el desarrollo y culminación de este proyecto; gracias por animarme a
terminar este trabajo en momentos de pesar para mi familia.

A todas las personas que colaboraron con la obtención de la información.

ÍNDICE GENERAL

DECLARACIÓN DE AUTORÍA	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTO	III
ÍNDICE GENERAL	IV
ÍNDICE DE CUADROS	VIII
ÍNDICE DE GRÁFICOS	XII
RESUMEN EJECUTIVO	XIV
CAPITULO I PRESENTACIÓN DEL PROYECTO	
1.1. ANÁLISIS DEL PROBLEMA	1
1.1.1. ANÁLISIS DEL SECTOR TURÍSTICO ECUATORIANO	1
1.1.2. EL TURISMO EN QUITO	4
1.1.3. EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO	6
1.1.4. LAS CHIVAS	16
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	17
1.3. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	17
1.4. OBJETIVOS DEL PROYECTO	19
1.4.1. OBJETIVO GENERAL	19
1.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	19
1.5. MARCO CONCEPTUAL	20
1.6. ASPECTOS METODOLÓGICOS	21
CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO	
2.1. OBJETIVO DEL ESTUDIO DE MERCADO	22
2.2. CONTENIDOS A TRATAR EN EL ESTUDIO DE MERCADO	22
2.3. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO DE MERCADO	22
2.4. MUESTREO	23
2.4.1. OBJETIVO GENERAL	23
2.4.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS	23
2.4.3. POBLACIÓN	23
2.4.3.1. Turistas Nacionales	23
2.4.3.2. Turistas extranjeros	25
2.4.4. MARCO MUESTRAL	28
2.4.5. TAMAÑO DE LA MUESTRA	28
2.4.5.1. Tamaño de la muestra para turistas nacionales	29
2.4.5.2. Tamaño de la muestra para turistas extranjeros	30
2.4.6. ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	30
2.4.6.1. Análisis Encuesta aplicada a turistas nacionales	30
2.4.6.2. Análisis Encuesta aplicada a turistas extranjeros	49
2.4.6.3. Conclusiones de las encuestas aplicadas	73
2.5. IDENTIFICACIÓN DEL SERVICIO	74
2.5.1. DEFINICIÓN DEL SERVICIO	74
2.5.2. DESCRIPCIÓN DEL SERVICIO	74
2.5.3. CARACTERÍSTICAS DEL SERVICIO	76
2.6. PERFIL DEL CONSUMIDOR	76

2.6.1.	TIPO E IDIOSINCRASIA DE LOS USUARIOS	76
2.6.2.	SEGMENTACIÓN DEL MERCADO	78
2.7.	DEMANDA ACTUAL	78
2.7.1.	DEMANDA DE TURISTAS NACIONALES	78
2.7.2.	DEMANDA DE TURISTAS INTERNACIONALES	79
2.8.	DEMANDA FUTURA	80
2.8.1.	DEMANDA FUTURA TURISTAS NACIONALES	80
2.8.2.	DEMANDA FUTURA TURISTAS EXTRANJEROS	81
2.9.	LA OFERTA	82
2.9.1.	ESTRUCTURA DEL MERCADO	82
2.9.2.	OFERTA ACTUAL	82
2.9.3.	PROYECCIÓN DE LA OFERTA	88
2.10.	LA DEMANDA INSATISFECHA	89
2.11.	DEMANDA QUE SERÁ CAPTADA EN EL PROYECTO	89
CAPÍTULO III PLAN DE MERCADEO		
3.1.	OBJETIVO	91
3.2.	ANÁLISIS FODA	91
3.2.1.	FORTALEZAS	91
3.2.2.	OPORTUNIDADES	92
3.2.3.	DEBILIDADES	92
3.2.4.	AMENAZAS	92
3.3.	DESCRIPCIÓN ESPECÍFICA DEL SERVICIO	93
3.3.1.	ISOTIPO	95
3.3.2.	ESLOGAN	95
3.3.3.	LOGOTIPO	96
3.4.	PLANES DE VENTA	96
3.4.1.	DESCRIPCIÓN DEL MÉTODO A EMPLEAR EN EL CÁLCULO DEL PRECIO	96
3.4.2.	CONDICIONES DE VENTA	97
3.4.3.	SERVICIO DE POSTVENTA	97
3.5.	DISEÑO DE LAS ESTRATEGIAS DE LA MEZCLA DE MERCADEO	98
3.5.1.	ESTRATEGIA DE PRODUCTO	98
3.5.2.	ESTRATEGIA DE PRECIO	98
3.5.3.	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN	98
3.5.4.	ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN	100
3.5.5.	ESTRATEGIAS BÁSICAS DE COMPETENCIA	100
3.6.	PRESUPUESTO DE PUBLICIDAD	101
CAPITULO IV ESTUDIO TÉCNICO		
4.1.	OBJETIVO DEL ESTUDIO TÉCNICO	102
4.2.	LOCALIZACIÓN	102
4.2.1.	MACROLOCALIZACIÓN	102
4.2.2.	MICROLOCALIZACIÓN	103
4.3.	CAPACIDAD INSTALADA DEL SERVICIO	106
4.4.	INGENIERÍA DEL PROYECTO	107
4.4.1.	PROCESO PRODUCTIVO	107
4.4.2.	REQUERIMIENTO DE INVERSIONES	108
4.4.2.1.	Vehículos - Chivas	108
4.4.2.2.	Equipos de computación	112
4.4.2.3.	Muebles y enseres	113
4.4.3.	PROVEEDORES DE INSUMOS	115

4.5.	INGENIERÍA DEL PRODUCTO	116
4.5.1.	DIAGRAMA DE PROCESO	116
4.6.	ANÁLISIS DEL IMPACTO AMBIENTAL	120
4.6.1.	DIAGNÓSTICO AMBIENTAL O LÍNEA BASE	120
4.6.1.1.	Medio Físico	121
4.6.1.2.	Medio Socio – Económico Cultural	123
4.6.2.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	125
4.6.2.1.	Etapa de Construcción	125
4.6.2.2.	Etapa de Operación	126
4.6.2.3.	Etapa de Abandono	126
4.6.3.	IDENTIFICACIÓN DEL IMPACTO	127
4.6.4.	CALIFICACIÓN Y EVALUACIÓN DEL IMPACTO	127
4.6.5.	PLAN DE MANEJO	129
4.7.	ANÁLISIS ORGANIZACIONAL	130
4.7.1.	ASPECTOS GENERALES	130
4.7.2.	CULTURA ORGANIZACIONAL DE LA EMPRESA	130
4.7.2.1.	Objetivos estratégicos	130
4.7.2.2.	Principios	131
4.7.2.3.	Entorno social de la empresa	131
4.7.3.	ANÁLISIS INTERNO	132
4.7.3.1.	Organigrama Estructural	132
4.7.3.2.	Organigrama Funcional	133
4.7.3.3.	Manual de Funciones	134
4.7.3.4.	Reglamento interno	140
4.7.4.	REQUERIMIENTOS DE PERSONAL PARA EL INICIO DE LAS ACTIVIDADES	160
4.8.	ANÁLISIS LEGAL	162
4.8.1.	CLASIFICACIÓN Y CATEGORÍA	162
4.8.2.	CONSTITUCIÓN EMPRESA	162
4.8.3.	REQUISITOS PARA LA CONFORMACIÓN DE LA EMPRESA	164
4.8.3.1.	Escritura de Constitución	164
4.8.3.2.	Inscripción del Representante Legal	164
4.8.3.3.	Registro Único de Contribuyentes	165
4.8.4.	REQUISITOS LEGALES QUE DEBE CUMPLIR LA EMPRESA TURÍSTICA EN QUITO	165
4.8.4.1.	Certificado de Registro en el Ministerio de Turismo	165
4.8.4.2.	Afiliación a la Cámara de Turismo de Pichincha	166
4.8.4.3.	Licencia Anual de Funcionamiento de los Establecimientos	168
4.8.5.	OTROS TRÁMITES	169
4.8.5.1.	Patente Municipal	169
4.8.5.2.	Bomberos	170
4.8.5.3.	Publicidad Exterior	170
CAPÍTULO V	ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO	
5.1.	OBJETIVO	175
5.2.	INVERSIÓN	175
5.2.1.	INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS	175
5.2.2.	INVERSIÓN EN ACTIVOS DIFERIDOS	177
5.3.	DETERMINACIÓN DE COSTOS	179
5.4.	CAPITAL DE TRABAJO	182
5.5.	INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO	184
5.6.	FINANCIAMIENTO	184
5.7.	PUNTO DE EQUILIBRIO	186

5.8.	INGRESOS Y EGRESOS ESTIMADOS	188
5.8.1.	VENTAS ESTIMADAS EN VOLUMEN PARA EL HORIZONTE DEL PROYECTO	188
5.8.2.	COSTOS ESTIMADOS EN VOLUMEN PARA EL HORIZONTE DEL PROYECTO	188
5.8.2.1.	Proyección de Compras en función del costo unitario	188
5.8.2.2.	Proyección de la Mano de Obra	189
5.8.2.3.	Proyección de Repuestos e Insumos	190
5.8.2.4.	Proyección Otros Gastos	190
5.9.	ESTADOS FINANCIEROS PROYECTADOS	198
5.9.1.	ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS ESTIMADAS	198
5.9.1.1.	Estado de Costos de Producción Proyectado	199
5.9.1.2.	Estado de Resultados Proyectado	200
5.9.1.3.	Estado de Ganancias Retenidas	201
5.9.2.	FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO	202
5.9.3.	BALANCE GENERAL PROFORMA	205
CAPITULO VI	EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO	
6.1.	OBJETIVO	207
6.2.	CRITERIO PARA LA EVALUACIÓN	207
6.3.	COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL	211
6.4.	VALOR ACTUAL NETO	212
6.5.	TASA INTERNA DE RETORNO	213
6.6.	RELACIÓN BENEFICIO - COSTO	214
6.7.	PERÍODO REAL DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	215
6.8.	PUNTO DE EQUILIBRIO	215
6.9.	ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD	220
6.10.	ANÁLISIS FINANCIERO A PARTIR DE RAZONES	223
	CONCLUSIONES	227
	RECOMENDACIONES	229
	REFERENCIAS	
	BIBLIOGRAFÍA CONSULTADA	230
	PÁGINAS WEB CONSULTADAS	232
	ANEXOS	234

ÍNDICE DE CUADROS

		Pág.
CUADRO NO. 1:	ECUADOR: PROYECCIÓN DE LA POBLACIÓN DE QUITO 2001 – 2011	24
CUADRO NO. 2:	ECUADOR: POBLACIÓN DEL SECTOR URBANO DE QUITO en el 2009, SEGÚN SEXO	24
CUADRO NO. 3:	BASES DE DATOS PARA MUESTREO	28
CUADRO NO. 4:	CÁLCULOS MUESTRA TURISTAS NACIONALES	29
CUADRO NO. 5:	CÁLCULOS MUESTRA TURISTAS INTERNACIONALES	30
CUADRO NO. 6:	TURISTAS NACIONALES: GÉNERO Y EDAD	30
CUADRO NO. 7:	TURISTAS NACIONALES: NIVEL DE INSTRUCCIÓN	31
CUADRO NO. 8:	TURISTAS NACIONALES: OCUPACIÓN	32
CUADRO NO. 9:	TURISTAS NACIONALES: INTERVALOS NIVEL DE INGRESOS	33
CUADRO NO. 10:	TURISTAS NACIONALES: NIVEL DE INGRESOS SEGÚN EDUCACIÓN	34
CUADRO NO. 11:	TURISTAS NACIONALES: NIVEL DE INGRESOS SEGÚN OCUPACIÓN	35
CUADRO NO. 12:	TURISTAS NACIONALES: LUGAR DE RESIDENCIA	36
CUADRO NO. 13:	TURISTAS NACIONALES: MOTIVO DE VISITA A QUITO	36
CUADRO NO. 14:	TURISTAS NACIONALES: CUÁNTO CONOCE DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO	37
CUADRO NO. 15:	TURISTAS NACIONALES: VISITAS AL CENTRO HISTÓRICO	38
CUADRO NO. 16:	TURISTAS NACIONALES: MEDIO DE TRANSPORTE	39
CUADRO NO. 17:	TURISTAS NACIONALES: CON QUIÉN LLEGA AL CENTRO HISTÓRICO	40
CUADRO NO. 18:	TURISTAS NACIONALES: MEDIO DE INFORMACIÓN	41
CUADRO NO. 19:	TURISTAS NACIONALES: CONOCIMIENTO DE LOS DIFERENTES LUGARES DEL CENTRO HISTÓRICO	42
CUADRO NO. 20:	TURISTAS NACIONALES: LUGARES EN GENERAL QUE DESEAN CONOCER	43
CUADRO NO. 21:	TURISTAS NACIONALES: LUGARES ESPECÍFICOS QUE DESEAN CONOCER	44
CUADRO NO. 22:	TURISTAS NACIONALES: TOURS CONOCIDOS	45
CUADRO NO. 23:	TURISTAS NACIONALES: TIPO DE TOUR	45
CUADRO NO. 24:	TURISTAS NACIONALES: CONFORMIDAD CON EL PRECIO	46
CUADRO NO. 25:	TURISTAS NACIONALES: RAZÓN	46
CUADRO NO. 26:	TURISTAS NACIONALES: CALIFICACIÓN DEL SERVICIO	46
CUADRO NO. 27:	TURISTAS NACIONALES: RECOMENDACIÓN DE VISITAR LA CIUDAD	46
CUADRO NO. 28:	TURISTAS NACIONALES: ACEPTACIÓN DEL SERVICIO	47
CUADRO NO. 29:	TURISTAS NACIONALES: SUGERENCIA DE PRECIO	48
CUADRO NO. 30:	TURISTAS EXTRANJEROS: EDAD Y GÉNERO	49
CUADRO NO. 31:	TURISTAS EXTRANJEROS: NIVEL DE EDUCACIÓN DE LOS ENCUESTADOS	50
CUADRO NO. 32:	TURISTAS EXTRANJEROS: OCUPACIÓN	51
CUADRO NO. 33:	TURISTAS EXTRANJEROS: NACIONALIDAD	52
CUADRO NO. 34:	TURISTAS EXTRANJEROS: RESIDENCIA	53
CUADRO NO. 35:	TURISTAS EXTRANJEROS: RESIDENCIA ESPECÍFICA	54
CUADRO NO. 36:	TURISTAS EXTRANJEROS: NIVEL DE INGRESOS	55
CUADRO NO. 37:	TURISTAS EXTRANJEROS: MOTIVO DE VISITA	56
CUADRO NO. 38:	TURISTAS EXTRANJEROS: MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA LLEGAR A QUITO	57
CUADRO NO. 39:	TURISTAS EXTRANJEROS: ACOMPAÑANTES	58
CUADRO NO. 40:	TURISTAS EXTRANJEROS: TIEMPO DE ESTANCIA EN QUITO	59
CUADRO NO. 41:	TURISTAS EXTRANJEROS: MEDIO DE INFORMACIÓN	60
CUADRO NO. 42:	TURISTAS EXTRANJEROS: LUGARES QUE CONOCEN LOS ENCUESTADOS	61
CUADRO NO. 43:	TURISTAS EXTRANJEROS: LUGARES QUE LES GUSTARÍA CONOCER	62
CUADRO NO. 44:	TURISTAS EXTRANJEROS: LUGARES EN GENERAL QUE LES GUSTARÍA CONOCER	63
CUADRO NO. 45:	LUGARES EXTRANJEROS: LUGARES ESPECÍFICOS QUE LES GUSTARÍA CONOCER	64

	Pág.	
CUADRO NO. 46:	TURISTAS EXTRANJEROS: PERSONAS QUE TOMARON UN TOUR POR EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO	66
CUADRO NO. 47:	TURISTAS EXTRANJEROS: CONFORMIDAD CON EL PRECIO QUE PAGARON LOS ENCUESTADOS QUE SÍ TOMARON TOUR	67
CUADRO NO. 48:	TURISTAS EXTRANJEROS: CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO ENCUESTADOS QUE SÍ TOMARON TOUR	67
CUADRO NO. 49:	TURISTAS EXTRANJEROS: MOTIVO POR LA CONFORMIDAD ENCUESTADOS QUE SÍ TOMARON TOUR	68
CUADRO NO. 50:	TURISTAS EXTRANJEROS: DECISIÓN DE RECOMENDAR A QUITO COMO DESTINO TURÍSTICO	69
CUADRO NO. 51:	TURISTAS EXTRANJEROS: NIVEL DE ACEPTACIÓN DE TOURS EN CHIVAS	70
CUADRO NO. 52:	TURISTAS EXTRANJEROS: SUGERENCIA DE PRECIO DE LOS ENCUESTADOS PARA EL SERVICIO QUE SE OFERTA	71
CUADRO NO. 53:	SEGMENTACIÓN DE MERCADO	78
CUADRO NO. 54:	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE TURISTAS NACIONALES PARA EL PROYECTO	79
CUADRO NO. 55:	DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA DE TURISTAS EXTRANJEROS PARA EL PROYECTO	80
CUADRO NO. 56:	PROYECCIÓN DEMANDA TURISTAS NACIONALES	80
CUADRO NO. 57:	PROYECCIÓN DEMANDA TURISTAS EXTRANJEROS	81
CUADRO NO. 58:	DEMANDA TOTAL PROYECTADA	81
CUADRO NO. 59:	CAPACIDAD TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE EN PICHINCHA	83
CUADRO NO. 60:	PERSONAL OCUPADO POR LAS EMPRESAS DE TRANSPORTE TURÍSTICO EN PICHINCHA	84
CUADRO NO. 61:	CAPACIDAD INSTALADA EMPRESAS CON VEHÍCULOS CONOCIDOS COMO CHIVAS	84
CUADRO NO. 62:	CAPACIDAD INSTALADA EMPRESAS QUE TIENEN CHIVAS	84
CUADRO NO. 63:	CARROZAS EN EL CENTRO HISTÓRICO	85
CUADRO NO. 64:	OFERTA CARROZAS EN EL CENTRO HISTÓRICO	85
CUADRO NO. 65:	RECORRIDOS A PIE POR EL CENTRO HISTÓRICO OFERTADOS POR QUITO TURISMO	86
CUADRO NO. 66:	RECORRIDOS A PIE POR EL CENTRO HISTÓRICO QUE OFRECE QUITO ETERNO	87
CUADRO NO. 67:	OFERTA ESTIMADA TOURS GUIADOS A PIE	87
CUADRO NO. 68:	OFERTA ESTIMADA COMPETENCIA INDIRECTA	87
CUADRO NO. 69:	PROYECCIÓN OFERTA TOURS A PIE	88
CUADRO NO. 70:	DEMANDA INSATISFECHA	89
CUADRO NO. 71:	DATOS ESPECÍFICOS DE LAS CHIVAS	90
CUADRO NO. 72:	DEMANDA CUBIERTA POR EL PROYECTO	90
CUADRO NO. 73:	RECORRIDO A TOMAR MIENTRAS PRESTA EL SERVICIO	93
CUADRO NO. 74:	PRESUPUESTO ANUAL PUBLICIDAD	101
CUADRO NO. 75:	LOCALIZACIÓN DE LA ESTACIÓN EN QUITO	104
CUADRO NO. 76:	CAPACIDAD INSTALADA Y UTILIZADA DEL PROYECTO	107
CUADRO NO. 77:	REQUERIMIENTO DE COMBUSTIBLE	108
CUADRO NO. 78:	REQUERIMIENTO CAMBIO DE ACEITE	109
CUADRO NO. 79:	REQUERIMIENTO CAMBIO LLANTAS	109
CUADRO NO. 80:	REQUERIMIENTO CAMBIO DE FILTROS	109
CUADRO NO. 81:	REQUERIMIENTO CAMBIO DE BATERÍAS	110
CUADRO NO. 82:	REQUERIMIENTO CAMBIO DE HALÓGENOS	110
CUADRO NO. 83:	REQUERIMIENTO CONTROL DE AIRE NEUMÁTICOS	110
CUADRO NO. 84:	SIMBOLOGÍA DIAGRAMAS DE FLUJO	117
CUADRO NO. 85:	FLUJO PARA LA VENTA DE BOLETOS	118
CUADRO NO. 86:	FLUJO PARA LA ENTREGA DEL SERVICIO	118
CUADRO NO. 87:	FLUJO PARA EL SERVICIO DE POST VENTA	119
CUADRO NO. 88:	DIAGNÓSTICO AMBIENTAL O LÍNEA BASE	120
CUADRO NO. 89:	CARACTERIZACIÓN DEL MEDIO FÍSICO	121

	Pág.
CUADRO NO. 90:	MEDIO SOCIO - ECONÓMICO CULTURAL 123
CUADRO NO. 91:	MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS 127
CUADRO NO. 92:	MATRIZ DE IDENTIFICACIÓN DE IMPACTOS 128
CUADRO NO. 93:	APORTES DE CAPITAL DE LAS SOCIAS 163
CUADRO NO. 94:	COSTO CERTIFICADO MINISTERIO DE TURISMO 166
CUADRO NO. 95:	COSTO AFILIACIÓN CÁMARA DE TURISMO DE PICHINCHA 168
CUADRO NO. 96:	CUOTA MENSUAL CÁMARA DE TURISMO DE PICHINCHA 168
CUADRO NO. 97:	COSTO LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO 169
CUADRO NO. 98:	COSTO PATENTE MUNICIPAL 170
CUADRO NO. 99:	COSTO PUBLICIDAD EXTERIOR ANUAL 172
CUADRO NO. 100:	COSTO MATRÍCULA CHIVAS 174
CUADRO NO. 101:	GASTOS DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA 174
CUADRO NO. 102:	INVERSIÓN VEHÍCULOS - CHIVAS 175
CUADRO NO. 103:	INVERSIÓN EQUIPOS DE COMPUTACIÓN 176
CUADRO NO. 104:	INVERSIÓN MUEBLES Y ENSERES 176
CUADRO NO. 105:	RESUMEN DE INVERSIONES Y DEPRECIACIÓN 176
CUADRO NO. 106:	CAPACITACIÓN AL PERSONAL 177
CUADRO NO. 107:	UNIFORMES EMPLEADOS 177
CUADRO NO. 108:	RESUMEN INVERSIÓN PREOPERATIVA 178
CUADRO NO. 109:	AMORTIZACIONES ACTIVOS DIFERIDOS 178
CUADRO NO. 110:	RESUMEN DE COSTOS INSUMOS Y REPUESTOS 179
CUADRO NO. 111:	SUELDOS ANUALES MANO DE OBRA DIRECTA 179
CUADRO NO. 112:	SUELDOS ANUALES MANO DE OBRA INDIRECTA 180
CUADRO NO. 113:	COSTO VARIABLE TOTAL PARA EL AÑO 2012 180
CUADRO NO. 114:	COSTO FIJO TOTAL PARA EL AÑO 2012 181
CUADRO NO. 115:	CÁLCULO DEL COSTO TOTAL Y COSTO UNITARIO PARA EL AÑO 2012 181
CUADRO NO. 116:	RESUMEN CAPITAL DE TRABAJO 183
CUADRO NO. 117:	INVERSIÓN INICIAL DEL PROYECTO 184
CUADRO NO. 118:	FINANCIAMIENTO 184
CUADRO NO. 119:	TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO 185
CUADRO NO. 120:	CUOTAS DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO 186
CUADRO NO. 121:	CALCULO DEL COSTO VARIABLE UNITARIO PARA EL AÑO 2012 186
CUADRO NO. 122:	CALCULO DEL COSTO FIJO UNITARIO PARA EL AÑO 2012 187
CUADRO NO. 123:	PROYECCIÓN DE VENTAS 188
CUADRO NO. 124:	PROYECCIÓN DE COSTOS 188
CUADRO NO. 125:	RESUMEN MANO DE OBRA DIRECTA PROYECTADA 189
CUADRO NO. 126:	RESUMEN MANO DE OBRA INDIRECTA PROYECTADA 189
CUADRO NO. 127:	PROYECCIÓN COSTO INSUMOS 190
CUADRO NO. 128:	PROYECCIÓN GASTO ARRIENDO 190
CUADRO NO. 129:	PROYECCIÓN GASTO SUMINISTROS Y MATERIALES 190
CUADRO NO. 130:	PROYECCIÓN GASTO SERVICIOS BÁSICOS 191
CUADRO NO. 131:	PROYECCIÓN GASTO SUMINISTROS DE COMPUTACIÓN 191
CUADRO NO. 132:	PROYECCIÓN GASTOS BANCARIOS 191
CUADRO NO. 133:	PROYECCIÓN GASTOS SEGURIDAD 191
CUADRO NO. 134:	PROYECCIÓN GASTO MANTENIMIENTO EQUIPOS 192
CUADRO NO. 135:	PROYECCIÓN GASTOS SEGURO CHIVAS 192
CUADRO NO. 136:	PROYECCIÓN CUOTA CAPTUR 192
CUADRO NO. 137:	PROYECCIÓN MATRICULA VEHICULAR 192
CUADRO NO. 138:	PROYECCIÓN PRESUPUESTO PUBLICIDAD 193
CUADRO NO. 139:	PROYECCIÓN GASTO UNIFORMES 193
CUADRO NO. 140:	PROYECCIÓN GASTOS VARIOS 193
CUADRO NO. 141:	PROYECCIÓN PAGO PATENTE MUNICIPAL 193
CUADRO NO. 142:	PROYECCIÓN RENOVACIÓN LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO 194
CUADRO NO. 143:	PROYECCIÓN RENOVACIÓN PERMISO PUBLICIDAD 194
CUADRO NO. 144:	PROYECCIÓN COMISIONES COBROS CON TARJETA DE CRÉDITO 194
CUADRO NO. 145:	RESUMEN DEPRECIACIONES, AMORTIZACIONES E INTERESES 195

	Pág.
CUADRO NO. 146: RESUMEN PROYECCIÓN DE GASTOS	196
CUADRO NO. 147: PRESUPUESTO DE INVERSIONES PARA EL AÑO 2012	197
CUADRO NO. 148: COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL	211
CUADRO NO. 149: CÁLCULO VALOR ACTUAL NETO	212
CUADRO NO. 150: FLUJOS DESCONTADO PARA CÁLCULO DE LA TIR	213
CUADRO NO. 151: RAZÓN BENEFICIO / COSTO	214
CUADRO NO. 152: PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN	215
CUADRO NO. 153: PUNTO DE EQUILIBRIO	216
CUADRO NO. 154: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 10% EN LOS COSTOS	220
CUADRO NO. 155: ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 10% EN LOS INGRESOS	221
CUADRO NO. 156: INDICADORES FINANCIEROS	223

ÍNDICE DE GRÁFICOS

		Pág.
GRAFICO NO. 1:	ECUADOR: PEA DEL SECTOR URBANO DE QUITO, SEGÚN EDAD Y OCUPACIÓN	25
GRAFICO NO. 2:	ECUADOR: BALANZA DE SERVICIOS TURÍSTICOS 2002-2009	26
GRAFICO NO. 3:	ECUADOR: BALANZA DE SERVICIOS TURÍSTICOS 2009-2010	26
GRAFICO NO. 4:	ECUADOR: EXTRANJEROS QUE LLEGARON A QUITO 2000-2011	27
GRAFICO NO. 5:	ECUADOR: EXTRANJEROS QUE LLEGAN A QUITO POR MES 2006 - 2009	27
GRAFICO NO. 6:	ECUADOR: EXTRANJEROS QUE LLEGARON A QUITO SEGÚN MOTIVO DE VIAJE	28
GRAFICO NO. 7:	TURISTAS NACIONALES: GÉNERO Y EDAD	31
GRAFICO NO. 8:	TURISTAS NACIONALES: NIVEL DE INSTRUCCIÓN	32
GRAFICO NO. 9:	TURISTAS NACIONALES: OCUPACIÓN	33
GRAFICO NO. 10:	TURISTAS NACIONALES: NIVEL DE INGRESOS SEGÚN EDUCACIÓN	34
GRAFICO NO. 11:	TURISTAS NACIONALES: NIVEL DE INGRESOS SEGÚN OCUPACIÓN	35
GRAFICO NO. 12:	TURISTAS NACIONALES: LUGAR DE RESIDENCIA	36
GRAFICO NO. 13:	TURISTAS NACIONALES: CUÁNTO CONOCE EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO	37
GRAFICO NO. 14:	TURISTAS NACIONALES: FRECUENCIA DE VISITAS AL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO	38
GRAFICO NO. 15:	TURISTAS NACIONALES: MEDIO DE TRANSPORTE PARA LLEGAR AL CENTRO HISTÓRICO	39
GRAFICO NO. 16:	TURISTAS NACIONALES: CON QUIÉN LLEGA AL CENTRO HISTÓRICO	40
GRAFICO NO. 17:	TURISTAS NACIONALES: MEDIO DE INFORMACIÓN	41
GRAFICO NO. 18:	TURISTAS NACIONALES: APRECIACIÓN DE LOS LUGARES DEL CENTRO HISTÓRICO	42
GRAFICO NO. 19:	TURISTAS NACIONALES: LUGARES EN GENERAL QUE DESEA CONOCER	43
GRAFICO NO. 20:	TURISTAS NACIONALES: LUGARES ESPECÍFICOS QUE DESEAN CONOCER	44
GRAFICO NO. 21:	TURISTAS NACIONALES: TOURS POR EL CENTRO HISTÓRICO QUE HAYAN UTILIZADO	45
GRAFICO NO. 22:	TURISTAS NACIONALES: RECOMENDACIÓN DE VISITAR LA CIUDAD	47
GRAFICO NO. 23:	TURISTAS NACIONALES: ACEPTACIÓN DEL SERVICIO	48
GRAFICO NO. 24:	TURISTAS NACIONALES: SUGERENCIA DE PRECIO	49
GRAFICO NO. 25:	TURISTAS EXTRANJEROS: EDAD DE LOS ENCUESTADOS SEGÚN GENERO	50
GRAFICO NO. 26:	TURISTAS EXTRANJEROS: NIVEL DE ESTUDIOS	51
GRAFICO NO. 27:	TURISTAS EXTRANJEROS: OCUPACIÓN	52
GRAFICO NO. 28:	TURISTAS EXTRANJEROS: NACIONALIDAD	52
GRAFICO NO. 29:	EXTRANJEROS: RESIDENCIA	53
GRAFICO NO. 30:	TURISTAS EXTRANJEROS: LUGAR ESPECÍFICO DE RESIDENCIA	55
GRAFICO NO. 31:	TURISTAS EXTRANJEROS NIVEL DE INGRESOS	56
GRAFICO NO. 32:	TURISTAS EXTRANJEROS: MOTIVO DE VISITA	57
GRAFICO NO. 33:	TURISTAS EXTRANJEROS: MEDIO DE TRANSPORTE UTILIZADO PARA LLEGAR A QUITO	58
GRAFICO NO. 34:	TURISTAS EXTRANJEROS: CON QUIÉN VIAJÓ EL ENCUESTADO	59
GRAFICO NO. 35:	TURISTAS EXTRANJEROS: TIEMPO DE PERMANENCIA EN QUITO	60
GRAFICO NO. 36:	TURISTAS EXTRANJEROS: MEDIO DE INFORMACIÓN	61
GRAFICO NO. 37:	TURISTAS EXTRANJEROS: LUGARES QUE CONOCEN	62
GRAFICO NO. 38:	TURISTAS EXTRANJEROS: LUGARES QUE LES GUSTARÍA CONOCER	63
GRAFICO NO. 39:	TURISTAS EXTRANJEROS: LUGARES EN GENERAL QUE LES GUSTARÍA	64
GRAFICO NO. 40:	TURISTAS EXTRANJEROS: LUGARES ESPECÍFICOS QUE LES GUSTARÍA CONOCER	65
GRAFICO NO. 41:	TURISTAS EXTRANJEROS: PERSONAS QUE TOMARON UN TOUR POR EL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO	66

GRAFICO NO. 42:	TURISTAS EXTRANJEROS: CONFORMIDAD DE LOS ENCUESTADOS EN CUANTO AL PRECIO QUE PAGARON CUANDO TOMARON UN TOUR	67
GRAFICO NO. 43:	TURISTAS EXTRANJEROS: CALIFICACIÓN DEL SERVICIO RECIBIDO DE LOS ENCUESTADOS QUE SÍ TOMARON UN TOUR	68
GRAFICO NO. 44:	TURISTAS EXTRANJEROS: MOTIVO DE CONFORMIDAD CON EL PRECIO DEL TOUR QUE TOMARON LOS ENCUESTADOS	69
GRAFICO NO. 45:	TURISTAS EXTRANJEROS: DECISIÓN DE RECOMENDAR A QUITO COMO DESTINO TURÍSTICO	70
GRAFICO NO. 46:	TURISTAS EXTRANJEROS: ACEPTACIÓN DE TOURS EN CHIVAS	71
GRAFICO NO. 47:	TURISTAS EXTRANJEROS: SUGERENCIA DE PRECIO DE LOS ENCUESTADOS PARA EL SERVICIO QUE SE OFERTA	72
GRAFICO NO. 48:	PICHINCHA: AFILIADOS A CAPTUR EN EL 2009	82
GRAFICO NO. 49:	MAPA RECORRIDO PROYECTO	94
GRAFICO NO. 50:	MACROLOCALIZACIÓN DEL PROYECTOS	102
GRAFICO NO. 51:	UBICACIÓN DE LA ESTACIÓN	104
GRAFICO NO. 52:	DISTRIBUCIÓN FÍSICA DE LA OFICINA	106
GRAFICO NO. 53:	PROCESO PRODUCTIVO	107
GRAFICO NO. 54:	DISEÑO FINAL DE LA CHIVA	112
GRAFICO NO. 55:	DIAGRAMA DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO	116
GRAFICO NO. 56:	ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL	132
GRAFICO NO. 57:	ORGANIGRAMA FUNCIONAL	133
GRAFICO NO. 58:	FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA	210
GRAFICO NO. 59:	PUNTO DE EQUILIBRIO	217

RESUMEN EJECUTIVO

La ciudad de Quito posee un legado histórico invaluable, principalmente en el Centro; en el Centro Histórico de Quito (CHQ) hay infinita cantidad de edificios con trayectoria histórica importante para la ciudad y el país. Una historia que no todos los quiteños conocen ya que a través del tiempo ha pasado a segundo plano y lo único que se admira es la belleza que dichos edificios culturales proyectan.

De lo anterior nace la necesidad de crear una empresa que realice recorridos por el Centro Histórico de Quito abarcando la mayor parte de sitios principales para que turistas nacionales y extranjeros conozcan su historia.

El presente proyecto se enfoca en el turismo cultural entregando el servicio de tours por las principales calles del Centro de Quito. Como se podrá apreciar en el Estudio de Mercado se demuestra la gran demanda del servicio, representando una oportunidad de mercado inmensa. A través de la investigación de campo que se realizó con la aplicación de una encuesta directa a turistas nacionales y extranjeros de forma diferenciada se determinó que el 85% de turistas nacionales y el 57% de turistas internacionales está interesado en utilizar el servicio. Aunque existe competencia indirecta, con el pasar del tiempo ésta podría convertirse en la principal competencia, entonces será momento de aplicar la estrategia de liderazgo en costos con la que se inicia este proyecto; sólo depende de la empresa plantear estrategias para no perder el mercado. El precio planteado se ha basado en la competencia y se ha considerado el más bajo del mercado USD 5,00 por persona; destacando que los costos de producción ascienden a USD 4,27 por persona.

Respecto al segmento de mercado se ha diferenciado los turistas nacionales y extranjeros: en el caso de los extranjeros el servicio está enfocado a las personas

entre 25 y 34 años; y, los turistas ecuatorianos desde los 18 años que ahora se interesan por conocer la ciudad de una manera cultural.

La empresa se llamará “Caminos de la Ciudad del Sol” pues en Quito antes de la conquista era conocida como la Ciudad del Sol; cuenta la historia que en la plazuela de San Francisco los indígenas adoraban a la milicia celeste, en dicho lugar se fueron encontradas piezas de metal, una luna de plata y un sol de oro que pesaba 7 quintales. En el Plan de Mercadeo se detalla el logotipo de la empresa que es la imagen de una de las cúpulas de la Catedral pues esta iglesia guarda mucha historia. Además, se ha considerado que la mejor manera de llegar al público objetivo es vía Internet pues la mayoría de los turistas nacionales o extranjeros lo utilizan; obviamente no se descartó los medios comunes como es la colocación de afiches informativos en lugares turísticos, agencias de viajes y otros.

En el capítulo sobre la Ingeniería del Proyecto se resume que los activos fijos necesarios para poner en marcha el proyecto son los vehículos, la amplificación, los equipos de computación y muebles de oficina para atender a los clientes. De igual manera en el análisis organizacional se determinó que se trabajará en dos turnos de martes a sábado con 4 guías de turismo, 4 choferes; el personal que laborará como apoyo para el buen funcionamiento del proyecto son 2 personas de atención al cliente, una contadora externa y la gerente general; el análisis legal establece los requisitos que deben reunir las accionistas para la creación de la empresa. El impacto ambiental de este proyecto es moderado pues se tomarán acciones preventivas para no contaminar la ciudad con el ruido o esmog que produzcan los vehículos por su uso.

Con base en los datos de la Ingeniería del proyecto, en el capítulo Económico Financiero se determinó los costos de producción y el precio de venta para el año 2012 así como la proyección de ventas, gastos y costos de lo cual se resume que el proyecto es altamente rentable con un Tasa Interna de Retorno (TIR) del 67,84% y concluye con un beneficio de USD3,64 por cada dólar de inversión. Al evaluar el proyecto se pudo constatar que es mejor financiar el proyecto con capital bancario pues sin financiamiento la TIR disminuye a 48,2%; concluyendo el proyecto es factible.

CAPITULO I

PRESENTACIÓN DEL PROYECTO

La presente investigación busca determinar la factibilidad para la creación de una empresa que preste el servicio de tours culturales por la ciudad de Quito en autos denominados chivas, promocionando a estos vehículos tradicionales como autobuses escénicos de la ciudad explicando cada rincón del Centro Histórico de la Carita de Dios de una forma diferente.

El enfoque cultural del proyecto busca cambiar la percepción de estos autobuses debido a que únicamente aparecen de forma estacional o esporádica por las fiestas de Quito; mostrando los bienes culturales inmuebles del Centro Histórico de una manera innovadora, educando a turistas nacionales e internacionales, así lo explica la UNESCO: se debe “[...] enseñar al turista a usar el patrimonio cultural como tal, en vez de que este sea considerado como un simple atractivo pintoresco”.¹ Es importante apreciar la cultura de fondo y de forma, considerar la razón de existencia de cada edificio, casa, museo, iglesia, plaza, calle así como la belleza de las fachadas que muestra la creatividad de los antepasados ecuatorianos.

1.1. Análisis del Problema

1.1.1. Análisis del Sector Turístico Ecuatoriano

El Ecuador posee un invaluable patrimonio natural y cultural heredado por sus ancestros que significa “un nuevo impulso al desarrollo [...] aceptando implícitamente que esos bienes del patrimonio cultural representan un valor económico y son susceptibles de originarse en instrumentos de progreso”². Por esta

¹ LARREA DONOSO, Galo. Patrimonio Natural y Cultural Ecuatoriano. Conclusiones del Symposium Interamericano del Patrimonio Cultural ICOMOS – OEA 1978. Banco Central del Ecuador. Quito. Ecuador. 1982. p. 435

² Ídem. p. 338

causa la inversión en el turismo se ha convertido en una apuesta del Gobierno Nacional para mejorar la economía ecuatoriana, aprovechando los bienes culturales y naturales de todo el país.

El Gobierno Central ha invertido grandes cantidades en el mejoramiento de la oferta turística para atraer visitantes nacionales y extranjeros. Hoy por hoy el Estado, a través del Ministerio de Turismo y otros organismos ofrecen incentivos para la creación de empresas turísticas a nivel nacional. De igual manera lo hace el Ministerio de Cultura apoyando proyectos de su competencia bajo la condición de que su duración sea menor o igual a un año como máximo.

Según los Indicadores Económicos del Ministerio de Turismo³ los ingresos turísticos han crecido continuamente desde el 2005, así: US\$487.7 millones en 2005; US\$492,2 millones en 2006; US\$626,2 millones en 2007; US\$745,2 millones en 2008; US\$667,3 en 2009⁴; estos datos representados en porcentajes determinan un crecimiento de 5,04%; 0,92%; 27,22%; y 19% respectivamente hasta el 2008, pero en el 2009 presentó una clara disminución del 10,45%, dicha disminución pudo deberse a la crisis financiera mundial, la influenza AH1N1, entre otras posibles causas.

A pesar de dicho crecimiento, la Balanza turística ha presentado déficit; en el 2008 los ingresos fueron de US\$745,2 millones y los egresos representaron US\$789,4 millones, lo que representó un déficit del 6%.

Según los datos provisionales del Ministerio de Turismo y el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) en el 2009 ingresaron 970.086 extranjeros para hacer turismo y en el 2008 ingresaron 1'005.297 extranjeros esto significa que en el último año hubo una disminución del 3.5% de extranjeros en Ecuador. Este descenso podría ser consecuencia de la crisis financiera mundial, principalmente porque los turistas que más visitan Ecuador provienen de Los Estados Unidos, así lo indica el boletín de

³ Ministerio de Turismo. *Estadísticas Turísticas. Abril 2011*. http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=459:estadicas-turicas&catid=62:servicios&Itemid=95

⁴ La diferencia se calcula en base a los datos provisionales de los Indicadores Estadísticos del BCE con base en la metodología aplicada por el Ministerio de Turismo (Balanza de servicios: cuentas de viajes más pasajeros) por lo tanto el ingreso del año 2009 es dato provisional.

CAPTUR del mes de octubre 2009 “Los visitantes que han ingresado al país, provienen en su mayoría de los siguientes países: Estados Unidos 25%, Colombia 16%, Perú 15%, España 6%, Chile 3%, Venezuela 3%, Cuba 3 %, Alemania 2%, Otros (incluye a 128 países) 27%”⁵.

En 2010, según datos provisionales de la Dirección Nacional de Migración⁶, ingresaron al Ecuador 1’050.000 extranjeros y en 2009 ingresaron 970.000 extranjeros, que significa un incremento del 9% en el mismo período. La proporción de extranjeros que han ingresado al Ecuador entre enero y agosto es como sigue: Estados Unidos 25,1%, Colombia 19,21%, Perú 14,8%, España 5,48%, Argentina 2,78%, Chile 2,74%, Venezuela 2,73%, Cuba 2,46%, Canadá 2,35%, Alemania 2,31% y los demás países suman el 20,04%.

La Dirección de Aviación Civil (DAC)⁷ revela que en cuanto al tráfico doméstico, durante el 2008 se transportaron por avión 3’027.534 pasajeros, en diferentes rutas; empero 3’329.457 lo hicieron en el 2009, lo cual significa un incremento del 9%, siendo las principales ciudades, Quito, Guayaquil y Cuenca, los destinos más concurridos. No obstante no se define cuántos son viajeros nacionales o internacionales.

Complementariamente, según un estudio sobre turismo nacional elaborado por el INEC, “el 53,4% de los turistas nacionales viajaron en autobús, mientras el 33,8% lo hizo en vehículo propio y el 1,9% en avión”⁸. En el mismo estudio se señala que las ciudades preferidas por los ecuatorianos son Quito, Guayaquil y Salinas, en ese orden; los turistas nacionales se inclinan de la siguiente manera: 20% visita la playa, 14,9% los balnearios y el 14,2% a los atractivos naturales, el restante se dedica a actividades deportivas, aventura, diversión, en fin.

⁵ Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR). *Boletín Estadístico Octubre 2009*. http://www.captur.com/est_turisticas.html

⁶ Ministerio de Turismo. *Estadísticas Turísticas Abril 2011*. Op. Cit.

⁷ Dirección de Aviación Civil. <http://www.dgac.gov.ec/Español/Paginas/Estadísticas.aspx>

⁸ El Comercio, “*El INEC realizó una encuesta sobre el turismo interno*”, Cuaderno 2, Sociedad, Quito, 22 de julio de 2010. p. 5.

1.1.2. El Turismo en Quito

La hermosa capital del Ecuador, Quito se encuentra a 2800msnm con una población aproximada de 2'500.000 habitantes, convirtiéndose en la segunda ciudad más poblada del Ecuador. Su clima es tan variado que se puede tener las cuatro estaciones en un día, aunque en los últimos años su clima ha alcanzado temperaturas de hasta 35°C, en verano ha llovido y en invierno ha hecho sol.

La localidad se divide en cuatro zonas específicas: el Quito Moderno al norte con grandes edificaciones y centros comerciales; el Centro Histórico de Quito que recuerda la historia, tradiciones y costumbre de la bella ciudad; al sur el viejo sector industrial donde poco a poco las fábricas se han mudándose a las afueras de la ciudad y este sector se convierte en la Zona Habitacional; y, en las afueras de la ciudad Cumbayá, Tumbaco, El Quinche, Yaruquí, Guayllabamba, Pifo, Nayón, parroquias dónde todavía gobierna la tranquilidad de la naturaleza.

Los quiteños son personas educadas, amables, anfitrionas y sobre todo orgullosas del patrimonio cultural que poseen, ellos reconocen la cantidad de lugares turísticos que pueden ofrecer a visitantes nacionales y extranjeros. Lamentablemente, en la actualidad, se están perdiendo las costumbres, ya que no todos los quiteños conocen su historia, poca importancia le han dado a una retroalimentación histórica de la razón de cada uno de los lugares, especialmente del Centro Histórico de Quito que es considerado como el lugar histórico más grande de Latinoamérica.

La ciudad de Quito fue declarada como Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco el 8 de septiembre de 1978, por sus tradiciones, por sus costumbres y por el legado arquitectónico heredado por sus antepasados ubicado en el Centro Histórico de Quito que conserva la mayor parte del arte colonial, y en lugares específicos de la ciudad.

Todo lo anterior evidencia los motivos por los que Quito es la primera ciudad que visitan tanto turistas locales como extranjeros. El Gobierno local ha puesto especial interés en la restauración del Patrimonio cultural – histórico

Hasta el año 2008 “el crecimiento turístico en Quito fue del 12% anual, cuando el promedio antes del 2002 era de tan solo del 8%”⁹. Aunque el balance decreció el año pasado, todavía se considera un negocio rentable para el gobierno y para los empresarios. El Plan Estratégico de 2004 realizado por el Municipio incluyó el sector turístico dentro del eje económico de la ciudad.¹⁰

En el 2009, 410.680 turistas extranjeros visitaron Quito y 1’490.873 pasajeros llegaron a Quito por avión a lo largo del mismo año, aunque no hay registros del transporte terrestre se calcula que es mayor al registro de viajeros por avión.

Como lo presenta CAPTUR en su página web los turistas extranjeros¹¹ que llegaron a Quito hasta el 2008 en su mayoría eran hombres con el 56%; la edad promedio fue de 50 años; se hospedaron en hoteles de lujo y de primera; el 33% provino de los Estados Unidos, el 19% de España, el 10% de Colombia y de Alemania el 3%; el turismo recreativo representa el 76% como principal motivo, seguido de negocios y eventos con el 6%. Los turistas prefieren viajar a través de líneas aéreas de su procedencia y la temporada alta es en los meses de junio, julio y agosto. Por otra parte El Comercio¹² señala que los turistas buscan servicios de calidad pero se indisponen porque mucha gente se aprovecha y cobra a precios excesivos por el servicio que ofrecen.

En el caso de los turistas nacionales no hay un número estimado de viajeros que lleguen a Quito, sin embargo, según el Estudio de Mercado¹³ realizado por la Empresa Metropolitana Quito Turismo, la mayoría, en promedio el 80% de los viajeros llega a Quito en autobús y se moviliza de la misma manera. El 18.5% de los turistas nacionales han visitado el Centro Histórico, iglesias y museos, la mayoría

⁹ El Universo “*El Turismo en Quito creció 12% este año*”. Guayaquil, 5 de diciembre 2008.

¹⁰ Fundación Esquel. *Plan Equinoccio 21. Quito hacia el 2025*. Documento Ciudadano. Julio 2004.

¹¹ CAPTUR. Perfil del Turista. http://www.captur.com/perfil_turista.html

¹² WENZLER, Michel, “*El turista necesita cuatro servicios básicos*”, El Comercio, Cuaderno 2. Quito, 31 de enero de 2010. p. 22

¹³ Empresa Metropolitana Quito Turismo. *Estudio de Mercado que permita desarrollar una estrategia de comunicación que potencie el turismo interior y doméstico hacia el Distrito Metropolitano de Quito*. Quito. Julio 2010. http://www.quitourismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=191&Itemid=147

visita Quito en cualquier momento con el objetivo de hacer turismo. Incluso el 91% de los turistas nacionales que no conocen Quito están interesados en hacerlo.

La inversión que los empresarios hacen para ofertar el turismo de Quito es reeditada al ciento por ciento debido al incremento de visitantes nacionales y extranjeros y a la gran inversión que hace el Municipio de Quito a través del FONSAL para realizar el mantenimiento del Patrimonio Cultural de esta bella ciudad.

1.1.3. El Centro Histórico de Quito

El Centro Histórico de Quito es el lugar más visitado por turistas nacionales y extranjeros, y esa es una de las principales razones por las que Quito fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad. La historia arquitectónica del Centro Histórico de Quito y su arte plasmado en cada una de las edificaciones muestra la calidad y estatus de las personas que vivían en dicho lugar. Son tantos años de historia que ni los investigadores han logrado recabar toda la información, tanto que hasta ahora se realizan estudios sobre la trayectoria de cada punto histórico de Quito.

Las edificaciones del Centro Histórico de Quito son trascendentales en historia cultural, económica y política del Ecuador.

Delante se muestra una lista de los elementos patrimoniales de Quito¹⁴ que son valorados en ese orden (Ver Anexo: Valoración del Patrimonio Cultural de Quito):

LUGAR	LUGAR
1. Plaza de la Independencia	2. Museo de La Ciudad
3. Palacio presidencial	4. Arco de La Reina
5. Edificio presidencial	6. Iglesia y Monasterio del Carmen Alto
7. Iglesia y Monasterio de La Concepción	8. Iglesia y Monasterio de Santa Clara
9. Antiguo Hotel Majestic	10. Capilla del Robo

¹⁴ ROBERT, D'ercole, PASCALE, Metzger. *El patrimonio en el Distrito Metropolitano de Quito*. "Cooperación Científica y Técnica entre el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (MDMQ) y el Institut de Recherche pour le Développement (IRD) Programa de investigación "Sistema de Información y RiesgosQuito. Junio 2002. http://www.ifeanet.org/pacivur/docs/D18_08.pdf

LUGAR

11. Palacio Arzobispal
13. Edificio Pérez Pallares
15. Palacio Municipal
17. La Catedral
19. Edificio Empresa Centro Histórico
21. Municipio Administración Zona Centro
23. Plaza Chica
25. C.C. Pasaje Vaca
27. Iglesia Del Sagrario
29. Antiguo Cuartel De La Real Audiencia
31. Antigua U. Central
33. Iglesia De La Compañía
35. Colegio Gonzaga
37. Plazoleta Benalcázar
39. Casa del Toro
41. Hostal Patio Andaluz
43. Antiguo Círculo Militar
45. Casa De Los Presidentes
47. Iglesia de San Agustín
49. Teatro Bolívar
51. Antiguo Colegio San Fernando
53. Archivo Histórico del Banco Central

55. Museo María Augusta Urrutia
57. Museo Casa de Sucre
59. Antiguo Edificio del Banco Central
61. Conjunto de San Francisco
63. Iglesia y Convento de La Merced
65. Museo Nacional De Arte Colonial
67. Casa de Benalcázar
69. Iglesia de Santa Bárbara
71. Iglesia y Monasterio de San Juan
73. Basílica del Voto Nacional
75. Museo Casa Del Higo
77. Iglesia y Monasterio Del Carmen Bajo
79. Plaza del Teatro
81. Plazoleta Marín
83. Monasterio e Iglesia de Santa Catalina
85. Conjunto de Santo Domingo
87. Casa Ponce
89. Centro Comercial La Manzana

LUGAR

12. Casa de los Siete Patios
14. Antigua Cervecería La Victoria
16. Iglesia de San Roque
18. Vivienda Solidaria de San Roque
20. Plazoleta La Victoria
22. Cementerio de San Diego

24. Plaza y Convento de San Diego
26. Conjunto El Tejar
28. Antiguo Hospital Militar
30. Colegio Mejía y Museos

32. Antiguo Colegio 24 de Mayo
34. El Churo de La Alameda
36. Iglesia EL Belén
38. Observatorio Astronómico
40. Monumento a Simón Bolívar
42. Banco Central del Ecuador
44. Casas de la calle Briceño
46. Casas de la calle Caldas
48. Plaza e Iglesia de San Blas
50. Plaza Belmonte
52. Museo de Manuela Sáenz
54. Museo de Archivo de Arquitectura
56. Fundación Caspicara
58. Plaza e iglesia de San Marcos
60. Guambrateca
62. Capilla de los Milagros
64. Escuela Taller Quito
66. Centro Cultural Mama Cuchara
68. Barrio La Ronda
70. Avenida 24 de Mayo
72. Casa de las tres Manuelas
74. Hospicio
76. Iglesia de San Sebastián
78. Plaza de la Recoleta

80. Iglesia del Buen Pastor
82. Panecillo
84. Cima de la Libertad

86. Itchimbia
88. Guápulo
90. Casa del Alabado

Se puede decir que las casas construidas en el Centro Histórico pertenecían a las familias aristocráticas de la ciudad, cada una mejor que otra con el fin de demostrar el poder de su linaje, costumbre que hasta estos tiempos se mantiene. Así lo relató el Fray Juan de Sta. Gertrudis luego de su viaje:

La ciudad de Quito desde que se fundó fue siempre corte de reyes y se llamaba antes de la conquista la Ciudad del Sol. En la plazuela de San Francisco estaban siete templos en que se adoraba la milicia celeste,¹⁵ cada cual era de su metal y el de luna era todo de plata y del sol todo de oro. El sol que allí hallaron, de oro, en la conquista pesaba 7 quintales y en el repartimiento que se hizo tocó a un oficial y éste en una noche lo perdió jugando dados” (Fray Juan de Santa Gertrudis, 1720)¹⁶.

El Centro Histórico de Quito tiene cinco calles longitudinales principales: Guayaquil, Maldonado, Venezuela, García Moreno y Benalcázar, y las calles Cuenca, Cotopaxi e Imbabura eran verdaderos senderos. Al revisar la historia se puede notar una particularidad respecto a las calles del Centro Histórico, los tramos de una esquina a otra tenían distintos nombres.

Seguidamente una sinopsis de las calles principales del Centro histórico de Quito:

La calle *Guayaquil* va de norte a sur, empieza en la Caldas al norte y termina en la Ambato al sur. El tramo que comprende la Guayaquil y Oriente fue conocido como “camino a la placeta de San Blas”¹⁷. En la calle Oriente se sitúan casas muy reconocidas de los 40 y 50s, en la casa que se ubica en la esquina funcionó una de las farmacias más conocidas de la localidad de propiedad de Manuel Pardo¹⁸.

Más al sur, en la Manabí y Guayaquil están El Teatro Sucre y el Teatro Variedades en plena Plaza del Teatro; entre la Olmedo y Mejía, la segunda casa occidental es conocida como la casa del Fíguro de la Generación Decapitada. Jurado cuenta que

¹⁵ La Milicia Celeste constituye un grupo de arcángeles para ayudar al planeta y todos los seres humanos.

¹⁶ JURADO NOBOA, Fernando. *Casas del Quito Viejo*. Quito. p. 68.

¹⁷ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles, casas y gente del Centro Histórico de Quito*, Tomo I. Op. Cit. p. 47.

¹⁸ JURADO NOBOA, Fernando. Ídem. p. 55.

“Ya en el liberalismo, la fonda de Pinto se convirtió en el Bar Fígaro, lugar preferido por los poetas decapitados a partir de 1908 ó 9, fue allí donde hacia 1909, Ernesto Noboa – de solo 20 años – escribió en medio ‘de un bosque de botellas de cerveza’ su bellissimo poema Emoción Vespéral”¹⁹.

Pasando la Olmedo está el convento de San Agustín que ocupaba dos manzanas²⁰. Las calles que limitaban el convento de San Agustín ocupaban cuatro cuadras, en el lado Occidente de San Agustín la calle Guayaquil era conocida como “calle de la Plaza de San Agustín” y desde la esquina de las calles Chile y Guayaquil hacia el Oriente ese camino era conocido como: la ‘calle de San Agustín’ en 1694, por la iglesia del mismo nombre; ‘calle de Don Pedro Calisto’ en 1695, ‘primera calle de El Comercio’ en 1646 por la “importancia de sus tiendas y almacenes”; y, “ calle de los escribanos a partir de 1874 por la Escuela de Bellas Artes que fundó García Moreno.²¹ Pero en 1878, “el Dr. Francisco Andrade Marín, Jefe Político de Quito, pidió al provincial de los Agustinos, Padre Conceti, autorización para prolongar la calle Mejía por en medio de la huerta de la comunidad, arguyendo que las sabandijas podían subir a las celdas. La negativa fue rotunda. Sin embargo, a los pocos días el propio provincial encontró una sabandija debajo de su almohada, por lo que autorizó al solicitante a prolongar la calle”.²² De 1929 a 1937, el presidente Isidro Ayora determinó que la propiedad ubicada al lado sur de la calle Mejía entre la Flores y Guayaquil sea la casa presidencial, pero solo duró 9 años por la incomodidad.²³

La casa que se ubica frente a la iglesia de San Agustín guarda una historia relevante que data del siglo XVI porque además de ser casa del edecán de Bolívar, según Jurado, "De 857 al 65 –antes y después de ser presidente- vivió aquí el doctor Gabriel García Moreno..."²⁴. Así mismo "el 30 de Agosto de 864 García Moreno encerró en las bodegas de esta casa al Cuerpo Diplomático que había ido a pedir

¹⁹ JURADO NOBOA, Fernando. *Casas del Quito Viejo*. Op. Cit. p. 103.

²⁰ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles, casas y gente del Centro Histórico de Quito*, Tomo I. Op. Cit. p. 116

²¹ Ídem. p. 191 - 204

²² Ídem. p. 151

²³ Ídem. p. 152

²⁴ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Banco Central del Ecuador. Quito. 1989. p. 21

clemencia para el general Maldonado. En esta casa se gestaron las campañas de Guayaquil, Tulcán y Cuaspud, el afán constructor y el ímpetu moralizador del Presidente"²⁵.

En la Guayaquil y Chile al lado noroccidental se ubicaba la casa 1028 que "Desgraciadamente en los años 54, un arquitecto renovador la echo al suelo cuando aún esto de la restauración no se ponía de moda"²⁶.

Desde la Guayaquil y Espejo se divisa el Teatro Bolívar al lado sur oriental de la Espejo inaugurado el 15 de abril de 1933²⁷.

El tramo de la Guayaquil desde la Espejo hasta la Sucre era conocido como "calle de Marcos de la Plaza"²⁸.

El Pasaje Tobar está ubicado en la Sucre y Guayaquil y según expone Jurado fue "primitivamente casa del conquistador Juan de Illanez, era, en 1700, [...]"²⁹, "quien hizo construir una hermosa portada de piedra"³⁰. "Hacia 1870 la compró Ramón Paz y Miño Rojas – de Chillogallo- el único proveedor de sal para toda la sierra, motivo por lo cual los costales de sal llenaban corredores y patios de la casa y adquirió su nombre, que se mantuvo por 60 años"³¹. La casa fue derrocada en 1925, pero "la bella portada con el graderío la compró Jacinto Jijón y la puso en el Museo de la Circasiana. Ahora fragmentada se halla en Chillo Jijón"³².

²⁵ Ídem.

²⁶ JURADO NOBOA, Fernando. *Casas del Quito Viejo*. Op. Cit. p. 25

²⁷ www.teatrobolivar.org

²⁸ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles, casas y gente del Centro Histórico de Quito*, Tomo II. FONSAQ Quito. 2005. p. 198

²⁹ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Op. Cit. p. 112

³⁰ JURADO NOBOA, Fernando. *Casas del Quito Viejo*. Op. Cit. p. 104

³¹ Ídem. p. 104

³² Ídem

La calle *Benalcázar* inicia en la calle Matovelle al norte y termina en la calle Morales al sur; entre los lugares más reconocidos de esta calle tenemos la Casa de Benalcázar que es conocida falsamente con ese nombre³³.

El lado oriental de la cuadra que comprende la Mejía y Chile era conocida como la Muralla de las Conceptas. En el lado occidental se ubica la empresa de telefonía, el teatro Pichincha y la casa esquinera de la Chile fue casa presidencial en el gobierno de José Ignacio Veintimilla³⁴.

El siguiente tramo que comprende las calles Chile y Espejo era conocido como la calle de Santa Marta por la cárcel que se ubicaba en la esquina de la calle Chile. Sin embargo, otros documentos la identifican como calle Angosta. En el lado oriental está el palacio presidencial y al frente la Providencia que según Pedro Porras “debió haber sido una construcción incásica importante, conforme lo atestigua el tipo de piedra pulida que existe hasta hoy en sus muros”³⁵. En el libro de Ernesto Jurado Noboa se anota que “según Andrade Marín, esta calle habría sido la principal que tenían los Incas para unir el Panecillo con San Juan. Esta hipótesis resulta acertada pues Benalcázar la escogió para su morada y porque al final de ella habría un puente natural sobre la quebrada de Jerusalén, desde donde partía el camino al Cuzco”³⁶.

En el trecho entre la Espejo y Sucre, en el lado oriental, se aprecia el antiguo edificio del Colegio Gonzaga, y en la esquina se ubica la parte posterior de la iglesia La Compañía.

Entre la Sucre y la Bolívar se ubica la casa del Arzobispo, “la cuarta casa - en sentido norte sur- perteneció a la familia Pólit Laso, que dio el noveno Arzobispo de la ciudad”³⁷ y primordialmente la Plaza de San Francisco, emblemática de la ciudad por su historia.

³³ Ídem p. 15

³⁴ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Op. Cit. p. 81

³⁵ PORRAS, Pedro. Parámetros incásicos en el casco colonial de Quito. En: JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Op. Cit. p. 81

³⁶ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Op. Cit. 82

³⁷ JURADO NOBOA, Fernando. *Casas del Quito Viejo*. Op. Cit. p. 68

La calle *Cuenca* inicia en la calle Panamá al norte y termina en la Av. 24 de Mayo al sur. Su dirección es de sur a norte. Tomó varios nombres antes de conocerla como calle Cuenca: “Calle de Corte, calle de Urcu-Virgen y del Beaterio Viejo”³⁸.

La distancia entre la 24 de Mayo y Rocafuerte era conocida como “calle de la portería de Santa Clara”. Actualmente el convento de las Clarisas que está ubicado en este tramo ha sido abierto al público para admirar toda la historia que guarda.

Más adelante, en la esquina de la Cuenca y Rocafuerte, está la casa natal de Velasco o casa de la Dr. Gala; en esta casa nació el 19 de marzo de 1893 el presidente Dr. José María Velasco Ibarra, según consta en la placa que luce la casa. Adolfo Jiménez lo confirma en la Guía de Quito “El Ing. Velasco declaró en 1894 que vivía en la Cuenca 40 esquina con la Rocafuerte”³⁹. Según Jurado “la familia Velasco dejó esta casa por 1897 y 1903 vivían en la calle Chile entre Benalcázar y Cuenca”⁴⁰.

El tramo que comprende la Bolívar y Rocafuerte era conocida como la calle de Santa Clara⁴¹. En este tramo se ubica La casa del Alabado o del Huerto, del siglo XVII, llamada así porque en su fachada tiene la siguiente leyenda:

“ALABADO SEA EL SANTÍSIMO
ACABOSE ESTA POSADA EN EL
AÑO DEL SEÑOR DE 1671 AÑOS”

Actualmente esta casa funciona el museo de Arte Precolombino donde se exponen 5000 piezas de precolombinas del Ecuador.

La calle Cuenca atraviesa la plaza de San Francisco por el lado occidental, en la esquina está la Capilla de Cantuña, así como la Iglesia y Convento de San Francisco. En el lado nororiental de esta Plaza se ubica “La vieja casa del mayorazgo de Villacís o Casa de asilo” que “Fue parte del palacio de Huayna Cápac y en el siglo XVI

³⁸ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Op. Cit. p. 56

³⁹ JIMÉNEZ, Adolfo. *Guía de Quito*. Pág. 187 En: JURADO NOBOA, Fernando. *Casas de Quito Viejo*. Op. Cit. p. 64

⁴⁰ JURADO NOBOA, Fernando. *Casas del Quito Viejo*. Op. Cit. p. 64

⁴¹ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Op. Cit. p. 68

comprendía las tres primeras casas que ahora dan a la Benalcázar”⁴². En la Cuenca y Sucre esta el Museo Fray Pedro Gocial.

La iglesia de la Merced y su convento ocupan la mitad de la cuadra entre la Mejía y Chile. En el lado oriental de la Cuenca y Chile se ubica la “Casa de las columnas salomónicas en la Merced o Casa de los cuernos” así lo relata Jurado: “Arteta era hombre de gran gusto y como desde 1750 se empleaba en Quito la columna salomónica, mandó a fabricar para la casa de la Chile, una bella portada con doble columna, que aún persiste. En esta época también se dejaron las ventanas con rejas de madera para pasar a usar los balcones con hierro de Viscaya, importado por los comerciantes vascos”⁴³.

El tramo de la Olmedo y Mejía en la Cuenca era conocido como la calle del cajón de agua en 1858⁴⁴. En la esquina de la Cuenca y Mejía está ubicado el Museo de Arte Colonial que aloja “centenares de reliquias artísticas de los siglos XVI, XVII, XVIII y XIX”⁴⁵. Así mismo en la parte posterior se ubica la Academia Nacional de Historia.

La calle *García Moreno* es la calle principal del Centro Histórico. Su dirección es de norte a sur, inicia en la calle Matovelle y termina en la calle Agoyán, a los pies de El Panecillo. Esta calle es conocida como la calle de las siete cruces, porque “como símbolo religioso que unía la actual García Moreno con la Loja (...), en el cruce de las dos, en mitad de la vía, se colocó una gran cruz de piedra. Se la quitó hacia 1890. Luego se colocaron otras seis en la misma García Moreno, de allí su nombre calle de las Siete Cruces.”⁴⁶

La calle García Moreno es la principal del Centro Histórico y se cree que lo es desde la época incásica. Lo notable de esta calle es el Palacio de Carondelet, el convento de

⁴² Ídem. p. 33

⁴³ Ídem. p. 30

⁴⁴ Ídem. p. 59

⁴⁵ Biblioteca Virtual Edufuturo. Pichincha. Ecuador. 2006. <http://www.edufuturo.com/educacion.php?c=1857>

⁴⁶ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Op. Cit. p. 128-129

las Conceptas, La Catedral, El Sagrario, el Centro Cultural Metropolitano, la Iglesia de la Compañía de Jesús, el antiguo Banco Central del Ecuador, (edificio de la Bolívar y García Moreno), el convento del Carmen Alto.

Según Ernesto Jurado Noboa, en la calle Chile en el intervalo que comprende la García Moreno y la Benalcázar “*estaba ocupado por el Palacio de la Audiencia y el monasterio de las Conceptas (...) Aquí cabe advertir que, en abril de 1924, en el gobierno de Córdova se dio principio a la construcción del frente que daba a la calle Chile de la nueva Casa de Correos con una enorme cuadrilla de trabajadores*”⁴⁷.

Así mismo otro ejemplo claro de la historia arquitectónica es el intervalo de la Espejo a la Sucre pues en este tramo funcionó: la antigua Universidad de San Gregorio que luego fue la Universidad Central, la Iglesia de La Compañía de Jesús, el Seminario de San Luis propiedad de los jesuitas, La Iglesia de El Sagrario e incluso su actual casa parroquial que en sus habitaciones hospedó a Manuelita Cañizares y en donde según Jurado “se reunieron los próceres de agosto”⁴⁸.

El edificio del antiguo Banco Central del Ecuador, cuyo último propietario fue el suegro de García Moreno. La historia cuenta que “esta fue la última casa visitada por el presidente antes de ser asesinado”⁴⁹

Caminando en dirección norte-sur, en el lado oriental “está viva una de las construcciones más logradas del siglo XIX en Quito”⁵⁰ es la casa No. 721 donde vivió la señora María Augusta Urrutia, esposa de Alfredo Escudero, heredero de la casa. “La Sra. Urrutia dotada de amplia filantropía y pionera de la Fundación Mariana de Jesús, cuidó la casa y jardín como nadie en Quito, siendo su morada auténtico testimonio de arte y estética”⁵¹

⁴⁷ JURADO NOBOA, Fernando. Calles, casas y gente del Centro Histórico de Quito, Tomo I. Op. Cit. p. 209.

⁴⁸ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Op. Cit. p 116

⁴⁹ Ídem. p 118

⁵⁰ JURADO NOBOA, Fernando. *Casas del Viejo Quito*. Op. Cit. p. 89.

⁵¹ Ídem. p. 89

En la esquina de la Rocafuerte y García Moreno se ubican al lado suroccidental El Monasterio e Iglesia del Carmen Alto y al lado suroriental el Museo de la Ciudad. Casi al final de la García Moreno, en la Ambato se ubica la capilla del Hospicio San Lázaro.

La segunda calle principal después de la García Moreno es la *Venezuela* que atraviesa de sur a norte el centro histórico, inicia en la calle Ambato y termina en la calle Asunción.

En la esquina de la Venezuela y Espejo se ubica el Banco Pichincha, que fue propiedad del conquistador Juan de Campos.⁵²

En la Venezuela entre Espejo y Chile se ubica la Plaza de la Independencia. En la Chile el Palacio Arzobispal y en la Sucre la Catedral Metropolitana de Quito.

La Olmedo entre Venezuela y García Moreno se la conocía como la calle del Suspiro, nombre colonial que figura en el Censo de 1768, conservado por dos siglos, por ser una cuesta empinada que a mitad de ella reclamaba un hondo suspiro para poder continuar la ascensión.⁵³

Aunque el presidente Ayora residió en la casa presidencial de su preferencia ubicada en la Mejía y Guayaquil, el presidente Juan de Dios Martínez Mera no quiso, él se trasladó a una vivienda ubicada en la Venezuela y Olmedo, así también los hicieron los presidentes Abelardo Montalvo, José María Velasco Ibarra (su primer gobierno de 11 meses).⁵⁴

La calle *Mejía* inicia en bifurcación de las calles Gral. Mires y El Tejar, termina en la calle Marquesa de Solanda, su dirección es de occidente a oriente. El lugar más reconocido es la Casa de la Reja que se ubica entre la Benalcázar y Cuenca.

⁵² JURADO NOBOA, Fernando. *Calles, casas y gente del Centro Histórico de Quito*, Tomo II. Op. Cit. p. 34.

⁵³ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles, casas y gente del Centro Histórico de Quito*, Tomo I. Op. Cit. p. 122.

⁵⁴ Ídem. p. 152

La calle *Flores* inicia en la Plaza de Santo Domingo y termina en la calle Manabí, constituye parte del trayecto del Trolebús. En la Flores entre Rocafuerte y Bolívar se ubica el Museo Fray Pedro Bedón.

A mediados del siglo XIX, en la parte posterior del convento de San Agustín era conocida como “calle de Torrevieja” debido a la presencia de una torre antigua en el sector.⁵⁵ En la transversal de la Flores y Espejo se ubica el Monasterio de Santa Catalina, que en tiempos de la Colonia era “templo de las Vírgenes del Sol”⁵⁶

En la calle Flores entre la Espejo y Chile está la casa natal del gran historiador Federico González Suárez.

El legado histórico del centro de Quito es infinito que no se puede describir uno a uno, en este texto solo se ha detallado la parte del recorrido planeado para este proyecto.

1.1.4. Las chivas

Una chiva es definida como “un autobús de transporte público interurbano, con la carrocería completamente abierta por los costados” según la Real Academia de la Lengua⁵⁷. A estos autobuses también se los conoce como rancheras o papayeros y constituyen el medio de transporte público en la zona rural fundamentalmente en la Costa ecuatoriana. Las chivas se caracterizan por ser bastante coloridas, no tener ventanas ni puertas, poseer un espacio amplio en la parte posterior y en el techo; aquellas particularidades permiten que sean utilizadas para los festejos, es así que en las fiestas de Quito las chivas son muy demandadas por la diversión que ofrecen. La utilización de éstos es estacional, desde fines de noviembre hasta el 6 de diciembre las chivas suelen recorrer el Centro Histórico pasando por las calles principales de Quito, dichos recorridos duran aproximadamente dos horas y los pasajeros tienen derecho al consumo ilimitado de canelazos y empanadas.

⁵⁵ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles, casas y gente del Centro Histórico de Quito*, Tomo I. Op. Cit. p. 191

⁵⁶ JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Op. Cit. p. 209

⁵⁷ www.rae.es

1.2. Formulación del Problema

La necesidad de crear un tour para que el turista reconozca los sitios que desea visitar se hace cada vez más importante, especialmente para aquellos que solo están de paso.

Los autobuses denominados chivas solo aparecen de forma estacional y se los conoce como autobuses para celebrar.

1.3. Justificación del Proyecto

Los antecedentes presentados permiten justificar el *Proyecto de Factibilidad para la creación de una empresa que ofrezca el servicio de tours por la ciudad de Quito en autobuses conocidos como chivas*; este proyecto constituye una idea innovadora ya que el turista reconocerá los puntos históricos de la ciudad y podrá decidir qué lugares visitar, principalmente cuando están de paso por la Carita de Dios; además, estos autobuses ya no serían vistos en periodos estacionales y utilizados para la farra, sino desde un enfoque cultural.

En la actualidad el sector turístico está en auge debido al aprovechamiento de los recursos naturales y culturales que posee Ecuador, especialmente Quito. Incluso el gobierno central trabaja conjuntamente con los gobiernos locales para promocionar los atractivos turísticos ecuatorianos.

El apoyo financiero por parte del gobierno central⁵⁸ a través de los créditos para emprendedores turísticos es un programa de créditos creado por el Ministerio de Turismo (MINTUR) y el Banco Nacional de Fomento (BNF) que está orientado al sector turístico privado y comunitario; asimismo el MINTUR ofrece capacitación turística⁵⁹ al emprendedor novato en cualquier área que necesite para que haga realidad su idea con la asesoría que presta esta institución.

⁵⁸ http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=1766&Itemid=43

⁵⁹ Ídem.

Entre otros estímulos para la creación de empresas turísticas tenemos la exoneración del pago del impuesto a la renta, la devolución de aranceles por la importación de maquinaria para prestar el servicio ofertado⁶⁰.

Adicionalmente el Municipio de Quito a través de su PLAN Q 2012, plan de marketing para promocionar a Quito a nivel mundial, monitorea constantemente el tipo de turistas que visitan nuestro país, incluso indicadores como la frecuencia de viaje, tipo de transporte utilizado, entre otras. Al igual que el Ministerio de Turismo incentiva la creación de empresas turísticas, presenta estadísticas de los sitios turísticos de la ciudad, guías financieras y de trámites, entre otras⁶¹.

Las instituciones públicas junto con las privadas como CAPTUR se han aliado para promocionar a Quito a través de ferias, páginas web, entre otras.

Quito posee grandes atractivos turísticos que no están explotados al máximo, el simple hecho de ser la capital más antigua de Sudamérica la convierte en una ciudad con historia permitiendo la creación de un sinnúmero de negocios para mostrar lo bella que es esta ciudad.

Según registros del Municipio no hay servicio igual al que se oferta en este proyecto, el más parecido es la chiva cultural. Las demás empresas de transporte ofrecen el servicio de tours en busetas comunes y con recorridos a puntos específicos. La oferta de tours por la ciudad de Quito es limitada y tradicional.

Las chivas son conocidas únicamente por su aparición en las fiestas de Quito para divertirse y generalmente se las utiliza en las fiestas de Quito o por motivos especiales como cumpleaños, fiestas de soltero/a, en fin.

La idea del servicio nace de la necesidad de dar a conocer nuestra ciudad de una manera diferente. Usualmente se ofertan tours a pie por el Centro Histórico o las

⁶⁰ Ídem.

⁶¹ www.quito-turismo.gob.ec

operadoras turísticas se dedican a ofertar diferentes recorridos. Además este servicio estaría dirigido a turistas nacionales y extranjeros.

Por la acogida que tienen las chivas en la Ciudad de Quito y por la inexistencia de autos escénicos para realizar recorridos se plantea aprovechar la oportunidad de utilizar las chivas de forma cultural ofreciendo el servicio de tours, originando así que las chivas sean consideradas como vehículos escénicos y no solo aparecerían de forma estacional.

Con este servicio un turista podría conocer los principales lugares del Centro Histórico en una sola vuelta y decidir qué lugares visitar, la misma chiva puede dejarlos y recogerlos en cada vuelta con paradas específicas.

1.4. Objetivos del Proyecto

1.4.1. Objetivo general

Investigar la factibilidad para la creación de una empresa que ofrezca el servicio de tours por la ciudad de Quito en autos denominados chivas.

1.4.2. Objetivos específicos

- Realizar un estudio de mercado tomando en cuenta el flujo de turistas nacionales y extranjeros en la ciudad de Quito y sus preferencias de consumo.
- Diseñar la estructura administrativa del proyecto
- Planificar los tours que se ofrecerán y la forma de difusión de éstos
- Determinar el riesgo de la inversión y la viabilidad de la inversión con proyecciones financieras.
- Reducir la percepción de riesgo de una institución financiera, cuando se solicite un crédito
- Determinar las condiciones adecuadas de financiamiento

1.5. Marco Conceptual

La Organización Mundial de Turismo⁶² explica a través de su página web que el turismo es “un fenómeno económico y social” que ha crecido continuamente y se ha convertido en uno de los principales ingresos de varios países del mundo.

El turismo “comprende las actividades que hacen las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos”.⁶³

De manera general el turismo se divide en: **receptor** que lo realizan visitantes no residentes del país; **emisor** realizado por los residentes de un país a otro; **nacional**, lo realizan los residente del país tanto dentro como fuera; **internacional**, unión del turismo emisor y receptor; **interno**, dentro de las fronteras nacionales por los propios residentes; **interior**, combinación del turismo interno y receptor. Los daos de este último serán la base para el Estudio de Mercado.

Por otro lado los productos turísticos son⁶⁴: el **turismo de masas** que lo realizan amplios grupos de personas de forma convencional y pasiva; el **turismo individual** que es cuando el viajero elige el sitio que desea visitar sin ayuda de intermediarios como el operador turístico; el **turismo cultural** lo realizan las personas que gustan conocer la historia y el arte; el **turismo natural** valga la redundancia lo realizan a quienes les agrada la naturaleza; y, el **Turismo negocios** realizado por los empresarios para fines comerciales.

Sin embargo se puede asociar productos y clases de acuerdo a las necesidades del viajero, de ahí un sinnúmero de productos que permiten el crecimiento del sector turístico.

⁶² Organización Mundial del Turismo (En inglés: United Nations for world tourism – UNWTO) www.unwto.org

⁶³ Ídem.

⁶⁴ Turismo Natural <http://turismonatural.net/turismo.html>

1.6. Aspectos Metodológicos

El estudio de factibilidad para la creación de una empresa que preste el servicio de tours por la ciudad de Quito en chivas será realizado en las siguientes fases:

1. Investigación de Mercado a través de una encuesta a los diferentes turistas que llegan a Quito, residentes y no residentes, tomando muestras de los puntos turísticos más reconocidos.
2. Segmentación del mercado objetivo para reconocer las personas a quienes está enfocado el proyecto
3. Búsqueda de la demanda insatisfecha para la creación del negocio.
4. Análisis de la oferta en cuanto al transporte turístico y tours que se ofrecen a nivel local.
5. Analizar el tamaño del proyecto midiendo la capacidad instalada y a utilizar.
6. Determinación de la localización ya que se necesita espacio para estacionar los autos, recibir a los clientes y organizar los tours.
7. Estudio de la viabilidad del proyecto en cuanto a la rentabilidad.
8. Evaluación financiera y económica del proyecto.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2.1. Objetivo del Estudio de Mercado

Identificar el mercado potencial para el presente proyecto analizando la competencia y promoviendo estrategias que permitan la sostenibilidad del proyecto a largo plazo.

2.2. Contenidos a tratar en el Estudio de Mercado

El servicio: explicación detallada de las características del servicio que se prestará.

El consumidor: estudio del comportamiento de los consumidores potenciales identificando sus necesidades para satisfacerlas.

La competencia: análisis de las empresas que ofrecen servicios parecidos al ofertado con el fin de establecer los competidores reales, cuántos son y sus estrategias; el objetivo principal es crear estrategias para incursionar en el mercado.

2.3. Metodología del Estudio de Mercado

En el presente estudio la información nacional e internacional se la obtuvo de organismos como: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), Banco Central del Ecuador, Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR), Ministerio de Turismo y Empresa Metropolitana de Turismo de Quito.

Sin embargo, para obtener información primaria relacionada con el servicio que se ofrece se realizó un muestreo con la aplicación de un cuestionario de forma dividida a turistas nacionales y extranjeros.

2.4. Muestreo

2.4.1. Objetivo general

Confirmar la necesidad de un recorrido por el Centro Histórico de Quito que permita a turistas nacionales y extranjeros conocer la historia arquitectónica de las edificaciones.

2.4.2. Objetivos específicos

- Determinar el mercado potencial del servicio de tours por el Centro Histórico de Quito para acreditar el proceso de prestación del mismo utilizando el método de la Encuesta.
- Establecer el tipo de turistas, nacionales o extranjeros, que darán mayor acogida al servicio que se oferta.
- Describir la competencia directa o indirecta para el servicio que se oferta.
- Establecer las estrategias a implementarse para la ejecución del proyecto.

2.4.3. Población

El mercado objetivo definido para este proyecto es el turismo interno, tanto viajeros nacionales como extranjeros que llegan Quito por diferentes motivos como turismo, eventos, visita a familiares, negocios, entre otras, y que necesitan una empresa que les lleve a un recorrido guiado por el Centro Histórico conociendo la historia de su edificios antiguos y reconociéndolos físicamente, de tal modo que puedan decidir el lugar que les gustaría conocer un poco más, puede ser: un museo, una iglesia, un convento, una plaza, entre otras.

2.4.3.1. Turistas Nacionales

Según datos del Ministerio de Turismo y de la Dirección de Aviación Civil el número de pasajeros transportados a Quito por avión creció de 1'365.436 pasajeros en 2008 a 1'490.873 pasajeros en 2009; esto implica un crecimiento del 8%, pero estos datos no diferencian si los pasajeros son nacionales o extranjeros, o los mismos

quiteños; por tal motivo la encuesta será aplicada a los quiteños considerando a éstos como turistas nacionales.

Las proyecciones registradas por el INEC determinan que el porcentaje de crecimiento de la población urbana de Quito está entre el 1,2% y el 1,4%; en cambio, el sector rural crece en un intervalo de 1,7% y 2%.

Cuadro No. 1
Ecuador: Proyección de la Población de Quito 2001 - 2011
(cifras en personas)

Año	Área Urbana	%	Área Rural	%	Total
2001	1.443.038	0,014	450.603	0,02	1.893.641
2002	1.463.766	0,013	459.804	0,02	1.923.570
2003	1.482.447	0,012	468.999	0,019	1.951.446
2004	1.500.914	0,013	478.199	0,019	1.979.113
2005	1.519.964	0,013	487.389	0,018	2.007.353
2006	1.539.907	0,012	496.353	0,018	2.036.260
2007	1.559.295	0,013	505.316	0,017	2.064.611
2008	1.579.186	0,013	514.272	0,017	2.093.458
2009	1.599.361	0,013	523.233	0,017	2.122.594
2010	1.619.791	0,059	532.202	0,086	2.151.993
2011*	1.716.074		577.710		2.293.784

* Proyección regresión lineal

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

Sin embargo, la Encuesta Nacional de Empleo, subempleo y desempleo del 2009 realizada por el INEC demuestra que la población total de Quito en el sector urbano es de 1'593.857 habitantes, de estos 754.092 son hombres y 839.765 mujeres. La Población Económicamente Activa (PEA) en el sector urbano de Quito, es de 834.333, de los cuales 442.774 son mujeres y 391.559 son hombres.

Cuadro No. 2
Ecuador: Población del sector urbano de Quito en el 2009 según sexo
(personas)

Área Urbana	Hombres	%	Mujeres	%	Total
Población	754.092	47,3%	839.765	52,7%	1.593.857
PEA	391.559	46,9%	442.774	53,1%	834.333

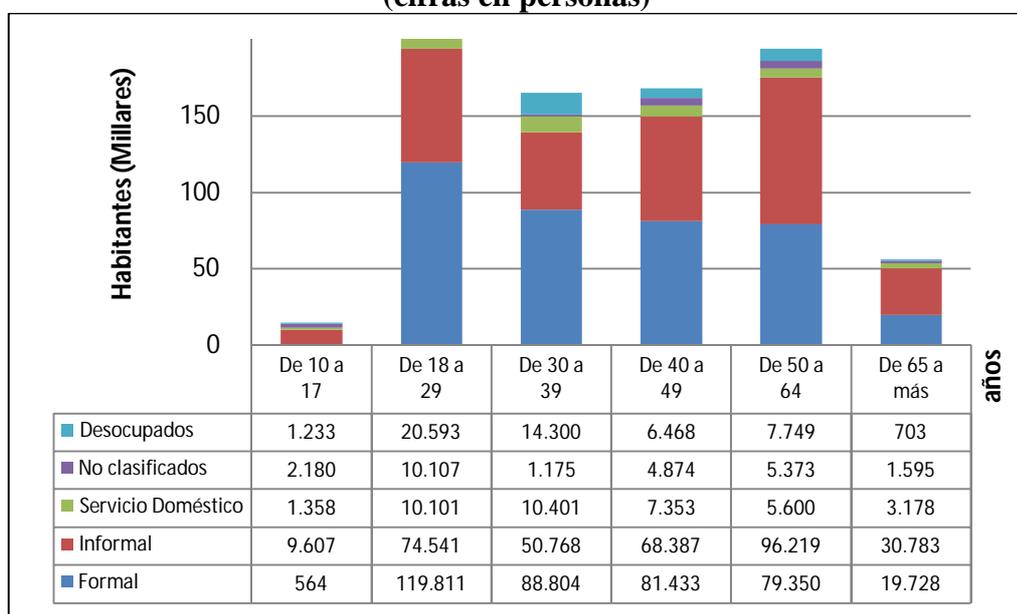
Fuente: INEC, Encuesta nacional de empleo, subempleo y desempleo 2009

Elaborado por: La autora

Comparando la información estadística tenemos que la PEA de Quito Urbano representa el 52% de la población total urbana de Quito al 2009 por lo tanto al 2011 la PEA sería 892.358 como porcentaje de la proyección.

Empero la mayor parte de la PEA en el sector urbano está empleada en el sector formal, seguida por el sector informal. La mayoría de empleados en el sector formal son mayores a 18 años.

Gráfico No. 1
Ecuador: PEA del sector urbano de Quito, según edad y ocupación
Año: 2009
(cifras en personas)



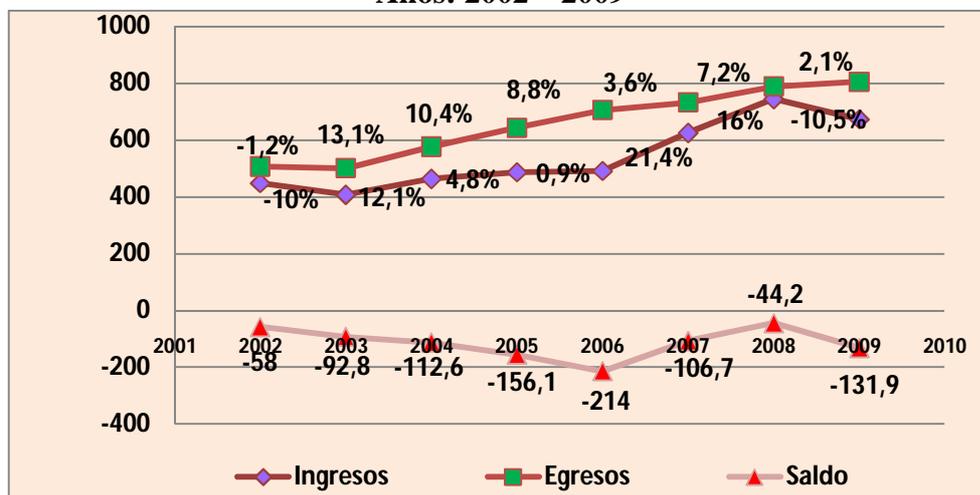
Fuente: INEC
 Elaborado por: La autora

2.4.3.2. *Turistas extranjeros*

El medidor del turismo en el Ecuador en términos económicos es la Balanza de Servicios donde se considera los ingresos y egresos por transporte de pasajeros vía aérea y por viajes de negocios y personales. En los últimos años los ingresos por turismo han crecido paulatinamente, así: en 2004 el 12,1%, en 2005 el 4,8%, en 2006 el 0,9%, en 2007 el 21,4%, en 2008 el 16%; sin embargo en 2009 disminuyó en un 10,5%, posiblemente esta caída se debió a la pandemia por la AH1N1 y a la crisis económica mundial. No obstante, mientras aumentaban los ingresos, también lo hacían los egresos de tal modo que al calcular la diferencia entre ingresos y egresos

resultaba una balanza de servicios deficitaria para el país siendo -44,2 millones de dólares el saldo más bajo (2008).

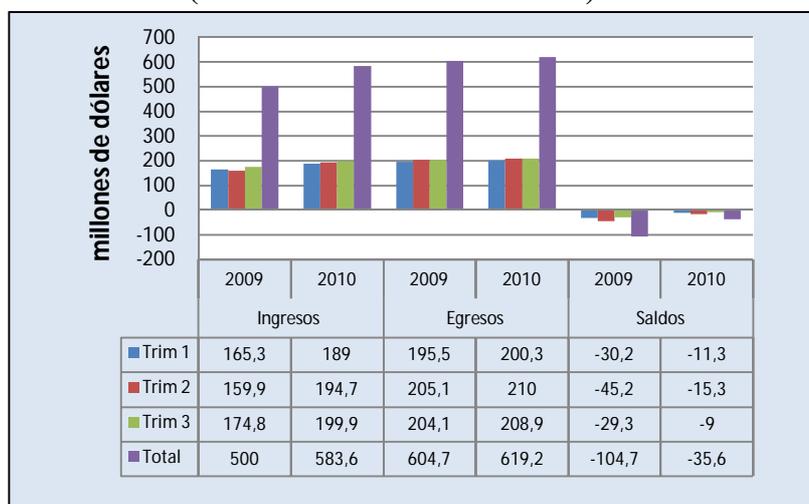
Gráfico No. 2
Ecuador: Balanza de Servicios Turísticos
Años: 2002 – 2009



Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: La autora

En 2010 el resultado de la diferencia entre ingresos y egresos en los tres primeros trimestres da un resultado negativo de -35,6 millones de dólares lo que denota que la balanza de servicios podría seguir mejorando.

Gráfico No. 3
Ecuador: Balanza de Servicios Turísticos entre el 2009 y 2010
(cifras en millones de dólares)

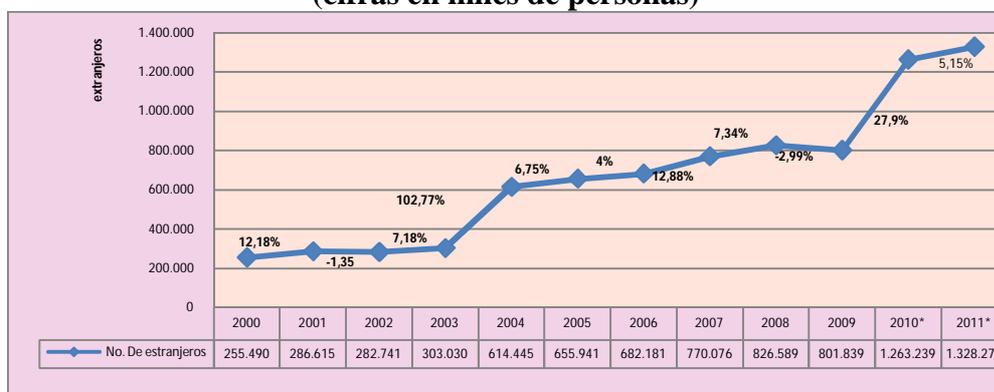


Fuente: Banco Central del Ecuador
 Elaborado por: La autora

Según el Ministerio de Turismo los ingresos por turismo comparados con los ingresos de las exportaciones por producto principal ocuparon el tercer lugar en el primer semestre del 2010 luego del petróleo y del banano.

Referente a los visitantes extranjeros que llegaron a Quito el INEC registró un crecimiento constante desde el 2003 hasta el 2008, presentándose una caída del 3,09% en el 2009.

Gráfico No. 4
Ecuador: Extranjeros que llegaron a Quito entre los años 2000 – 2011
 (cifras en miles de personas)



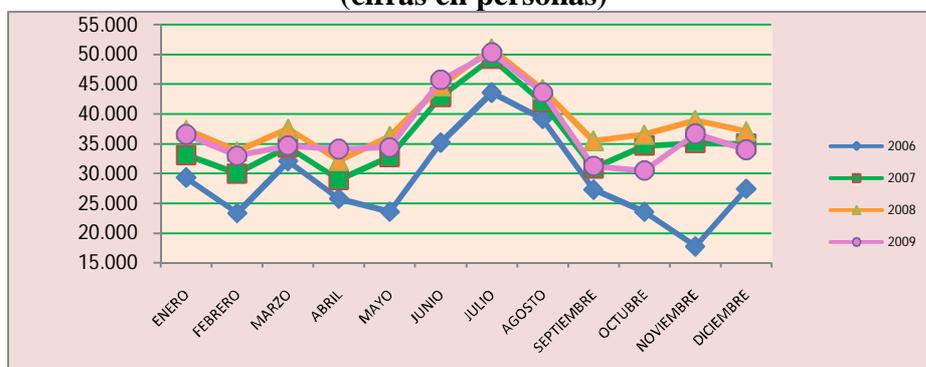
*Datos 2010 y 2011 proyectados con regresión lineal.

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

En los meses de junio, julio y agosto llegan a Quito más extranjeros que en otros meses. Sin embargo, estos datos son insuficientes puesto que no todos los extranjeros que llegan al Aeropuerto de Quito se quedan en Quito y hacen turismo.

Gráfico No. 5
Ecuador: Extranjeros que llegaron a Quito por mes entre el 2006-2009
 (cifras en personas)

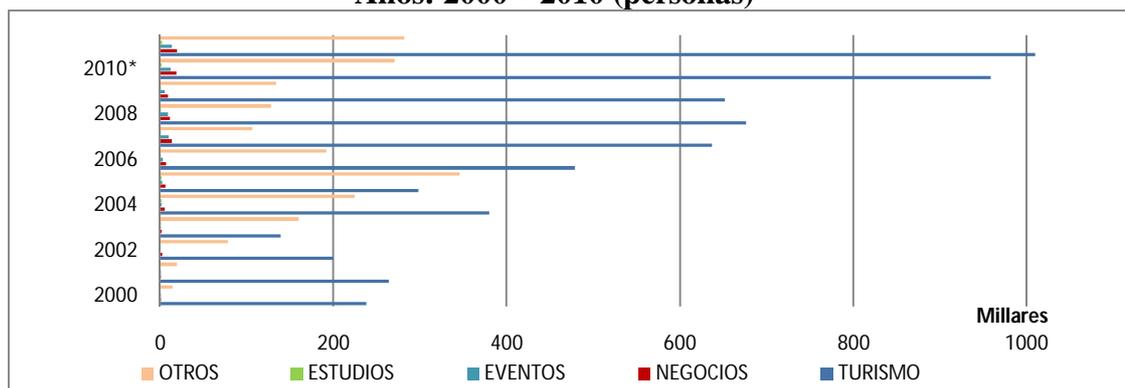


Fuente: Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico

Elaborado por: La autora

Como se puede apreciar en el siguiente gráfico el motivo de viaje del 80% de los extranjeros que llegan a Quito es por turismo, aunque los visitantes por negocios, estudios y eventos también podrían turistar por los alrededores de Quito; en los últimos años los turistas han representado un porcentaje mayor al 80%.

Gráfico No. 6
Ecuador: Extranjeros que llegaron a Quito según motivo de viaje
Años: 2000 – 2010 (personas)



Fuente: INEC
 Elaborado por: La autora

2.4.4. Marco Muestral

Es la base de datos de la cual se extrae la muestra para analizar y estimar el comportamiento de la población. Por lo tanto:

Cuadro No. 3
Bases de datos para muestreo

Turistas	Base
Extranjeros	Número de turistas extranjeros que llegan a Quito
Nacionales (quiteños)	Población Económicamente Activa (PEA)

Elaborado por: La autora

2.4.5. Tamaño de la Muestra

Como la población de turistas nacionales y extranjeros es mayor a 5000 individuos, el tamaño de la muestra será calculado utilizando la fórmula:

$$n = \frac{Z^2 pq}{E^2}$$

Donde:

Z = Nivel de confianza

E = error

p = probabilidad de que se efectúe el evento

q = probabilidad de que no se efectúe el evento

n = tamaño de la muestra,

2.4.5.1. Tamaño de la muestra para turistas nacionales

Conviene encuestar a 110 turistas nacionales puesto que es una muestra representativa de la población total de turistas nacionales.

Cuadro No. 4

Cálculos muestra turistas nacionales	
Datos 2011	
Población Económicamente Activa	= 892.358
PEA desde 18 años que tienen empleo	= 823.111
Proporción	= 0,92
Confianza	= 95%
Error	= 5%
Entonces:	
	p = 0,92
	q = 0,08
	Z = 1,96
	E = 0,05
Tamaño de la muestra	= 110
Elaborado por: La autora	

2.4.5.2. *Tamaño de la muestra para turistas extranjeros*

En cambio el número de turistas extranjeros a quienes se debe aplicar la encuesta es 146.

Cuadro No.5

Cálculos muestra turistas internacionales	
Datos 2011	
No. Extranjeros en Quito	= 1.328.270
Potenciales turistas	= 1.045.920
Proporción	= 0,79
Confianza	= 94%
Error	= 6%
Entonces:	
p	= 0,79
q	= 0,21
Z	= 1,86
E	= 0,06
Tamaño de la muestra	= 146

Elaborado por: La autora

2.4.6. **Análisis de la información**

2.4.6.1. *Análisis Encuesta aplicada a turistas nacionales*

Datos Generales

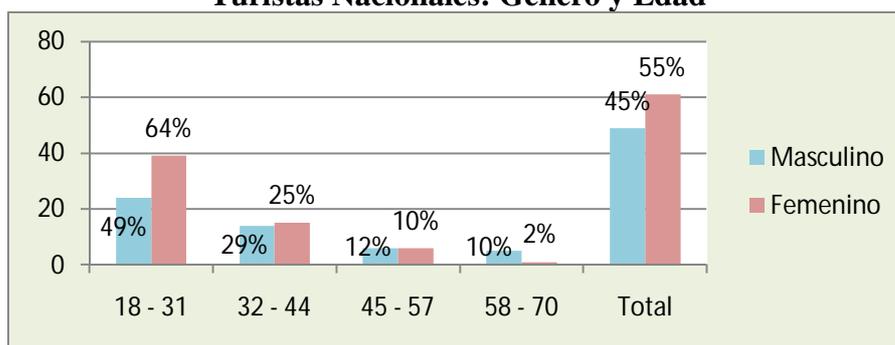
Género y edad:

Cuadro No. 6

Turistas Nacionales: Género y Edad			
Edad	Masculino	Femenino	Total
18 - 31	24	39	63
32 - 44	14	15	29
45 - 57	6	6	12
58 - 70	5	1	6
Total	49	61	110

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 7
Turistas Nacionales: Género y Edad



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

La encuesta fue aplicada a personas mayores de 18 años, de los cuales el 55% fueron mujeres y el resto hombres. La población se concentra en un rango de 18 a 31 años tanto para hombres como mujeres y le siguen los encuestados entre 32 y 44 años.

Nivel de instrucción

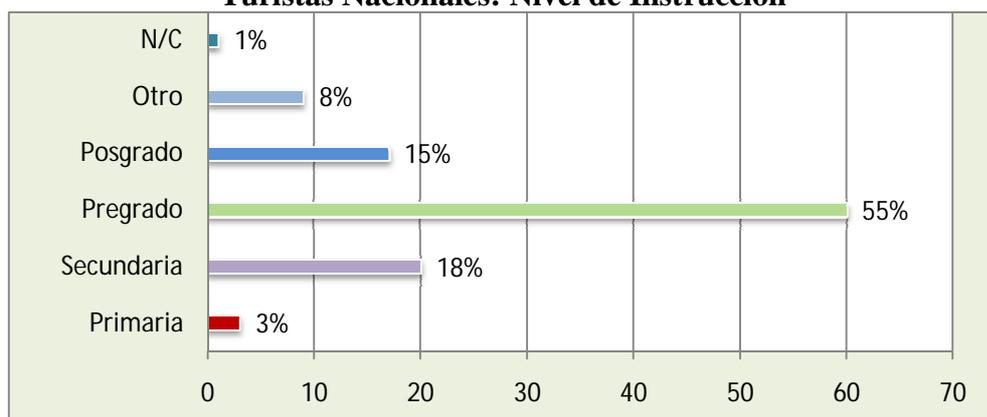
Cuadro No. 7

Turistas Nacionales: Nivel de Instrucción		
Instrucción	frecuencia	%
Primaria	3	3%
Secundaria	20	18%
Pregrado	60	55%
Posgrado	17	15%
Otro	9	8%
N/C	1	1%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 8
Turistas Nacionales: Nivel de Instrucción



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El nivel de instrucción del 55% de los encuestados es Pregrado, ya sea que terminaron sus estudios superiores o continúan en curso. En segundo lugar está secundaria y en tercero el 15% ha tenido un posgrado. El 3% solo terminó sus estudios hasta la primaria y un 9% no especifica.

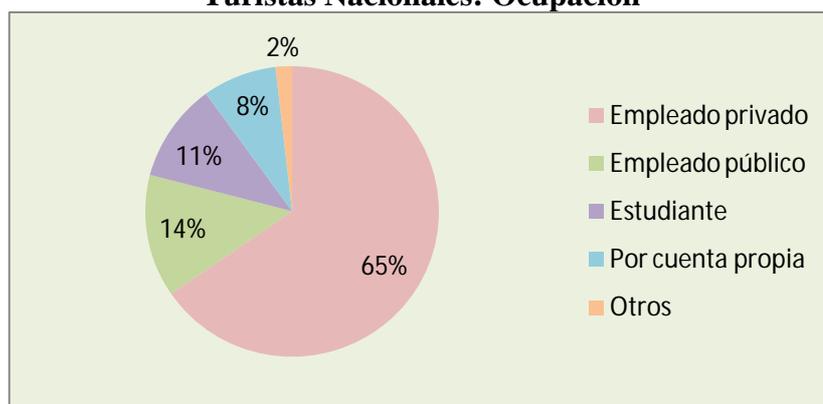
Ocupación

Cuadro No. 8

Turistas Nacionales: Ocupación		
Actividad	frecuencia	%
Empleado privado	72	65%
Empleado público	15	14%
Estudiante	12	11%
Por cuenta propia	9	8%
Otros	2	2%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 9
Turistas Nacionales: Ocupación



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

La mayoría de los encuestados trabaja en el sector privado representando el 65%, mientras que el 14% trabaja en el sector público y el 8% lo hace por cuenta propia. Sin embargo el 11% son estudiantes y un 2% no especifica su actividad.

Nivel de Ingresos según nivel de educación

En cuanto al nivel de ingresos se dividió en rangos:

Cuadro No. 9

Turistas Nacionales: Intervalos Nivel de Ingresos	
Grupo	Intervalo
1	De 0 a 240
2	De 241 a 500
3	De 501 a 1000
4	Más de 1000

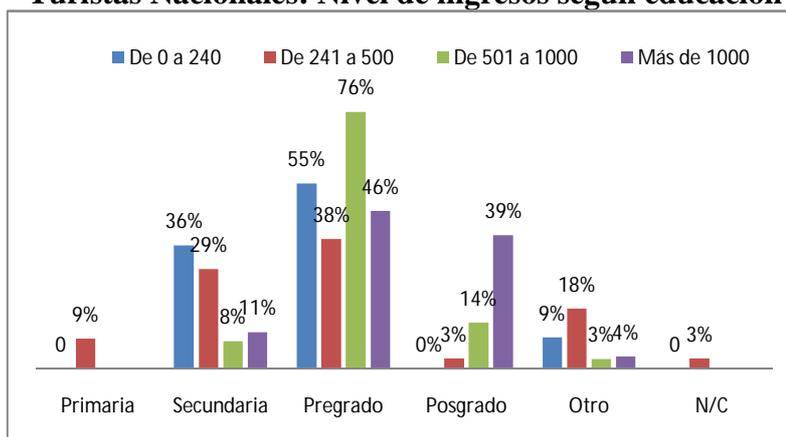
Elaborado por: La autora

Cuadro No. 10

Turistas Nacionales: Nivel de ingresos según educación										
Instrucción	Grupos								Total	%
	1	%	2	%	3	%	4	%		
Primaria			3	9%					3	3%
Secundaria	4	36%	10	29%	3	8%	3	11%	20	18%
Pregrado	6	55%	13	38%	28	76%	13	46%	60	55%
Posgrado			1	3%	5	14%	11	39%	17	15%
Otro	1	9%	6	18%	1	3%	1	4%	9	8%
N/C			1	3%					1	1%
Total	11	100%	34	100%	37	100%	28	100%	110	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 10
Turistas Nacionales: Nivel de ingresos según educación



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

Se nota que el 76% de las personas que reciben ingresos mayores a 500 dólares han cursado o cursan Pregrado. Las personas con posgrados tienen ingresos mayores a 1000 dólares.

Nivel de Ingresos según ocupación

Cuadro No. 11

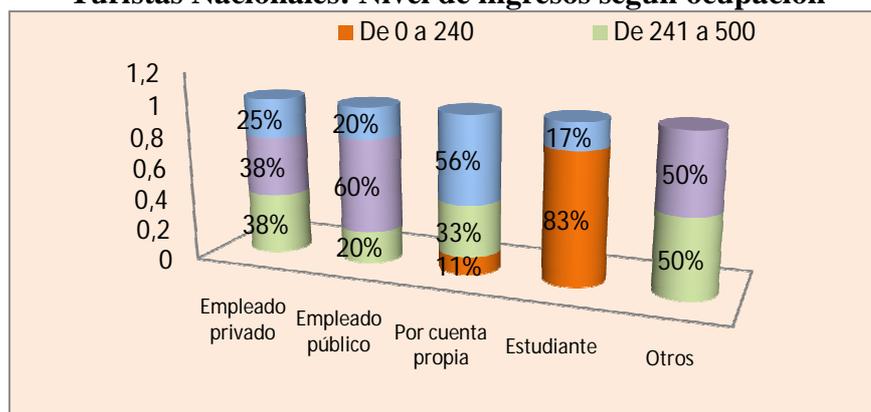
Turistas Nacionales: Nivel de ingresos según ocupación						
Ocupación	Grupo				Total	%
	1	2	3	4		
Empleado privado		27	27	18	72	65%
Empleado público		3	9	3	15	14%
Por cuenta propia	1	3		5	9	8%
Jubilado					0	0%
Estudiante	10			2	12	11%
Otros		1	1		2	2%
Total	11	34	37	28	110	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 11

Turistas Nacionales: Nivel de ingresos según ocupación



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

De los empleados privados el 38% recibe ingresos entre 241 y 500 dólares, un porcentaje similar tiene ingresos de 501 a 1000 dólares; no obstante el 25% percibe ingresos mayores a 1000 dólares. En cambio, el 60% de los empleados públicos tiene un sueldo entre 500 y 1000 dólares y el 20% gana más de 1000 dólares. En cuanto a los trabajadores por cuenta propia el 56% percibe ingresos mayores a 1000 dólares.

Residencia

Cuadro No. 12

Turistas Nacionales: Lugar de Residencia		
Cantón	f	%
Quito	106	96%
Rumiñahui	4	4%
	110	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

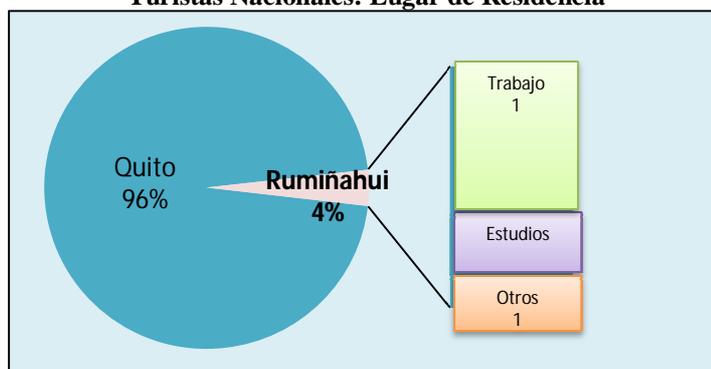
Cuadro No. 13

Turistas Nacionales: Motivo de Visita a Quito	
Trabajo	2
Estudios	1
Otros	1

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 12

Turistas Nacionales: Lugar de Residencia



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 96% de los encuestados vive en Quito y el 4% restante viene del cantón Rumiñahui; dentro del 4%, el 2% viene a Quito por trabajo, un 1% por estudios y el otro 1% no especifican su motivo de visita a la ciudad.

Preguntas:

Pregunta No. 1: ¿Cuánto conoce del Centro Histórico?

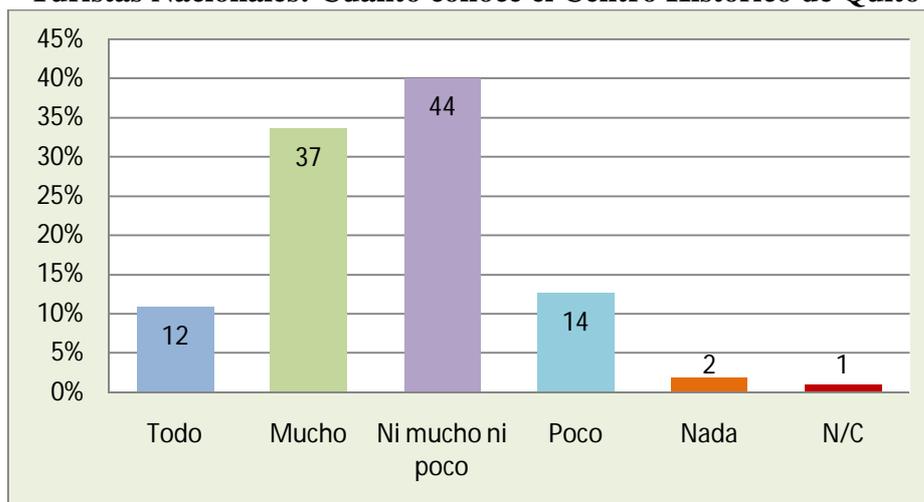
Cuadro No. 14

Turistas Nacionales: Cuánto conoce del Centro Histórico de Quito		
Niveles	Casos	%
Todo	12	11%
Mucho	37	34%
Ni mucho ni poco	44	40%
Poco	14	13%
Nada	2	2%
N/C	1	1%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 13

Turistas Nacionales: Cuánto conoce el Centro Histórico de Quito



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 40% de los encuestados no conoce ni mucho ni poco el Centro Histórico de Quito, el 34% dice conocerlo mucho, el 13% lo conoce poco, el 11% conoce todo el Centro, el 2% no conoce nada y el 1% prefiere abstenerse.

Pregunta 2: ¿Con qué frecuencia visita el Centro Histórico?

Cuadro No. 15

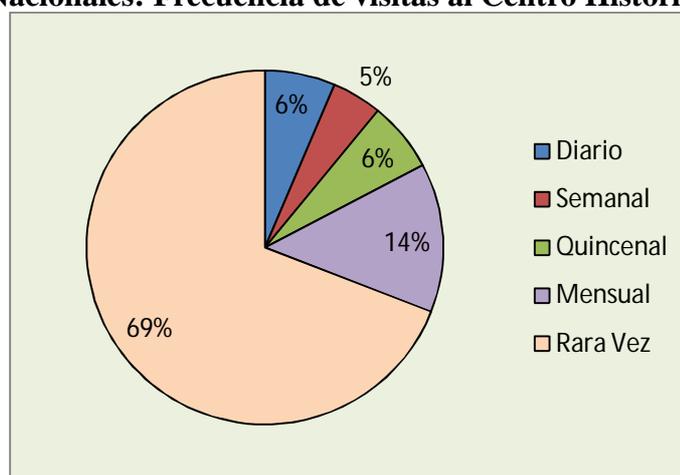
Turistas Nacionales: Visitas al Centro Histórico		
Frecuencia	Casos	%
Diario	7	6%
Semanal	5	5%
Quincenal	7	6%
Mensual	15	14%
Rara Vez	76	69%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 14

Turistas Nacionales: Frecuencia de visitas al Centro Histórico de Quito



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 69% de los encuestados visita rara vez el Centro Histórico de Quito, el 14% lo hace de manera mensual, un 6% quincenalmente, otro 6% diariamente y un 5% los hace semanalmente.

Pregunta 3: ¿En qué se transporta para llegar al Centro Histórico de Quito?

Cuadro No. 16

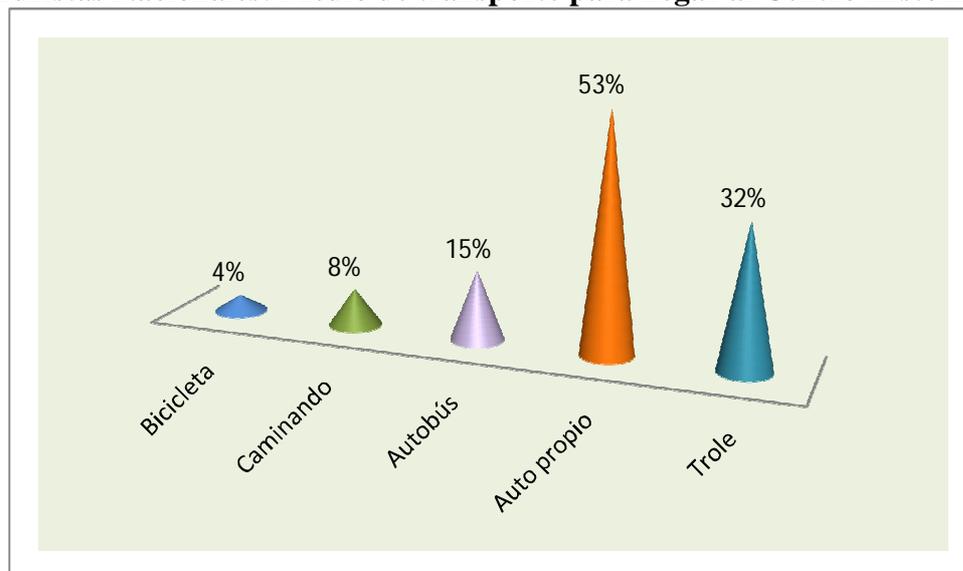
Turistas Nacionales: Medio de transporte		
Transporte	Casos	%
Bicicleta	4	4%
Caminando	9	8%
Autobús	17	15%
Auto propio	58	53%
Trole	35	32%
Total	123	112%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 15

Turistas Nacionales: Medio de transporte para llegar al Centro Histórico



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 53% de los encuestados llega al Centro Histórico en auto propio, el 32% prefiere el Trole, un 15% utiliza el autobús, un 8% llega caminando y un 4% los hace en Bicicleta.

Pregunta 4: ¿Con quién vino al Centro Histórico?

Cuadro No. 17

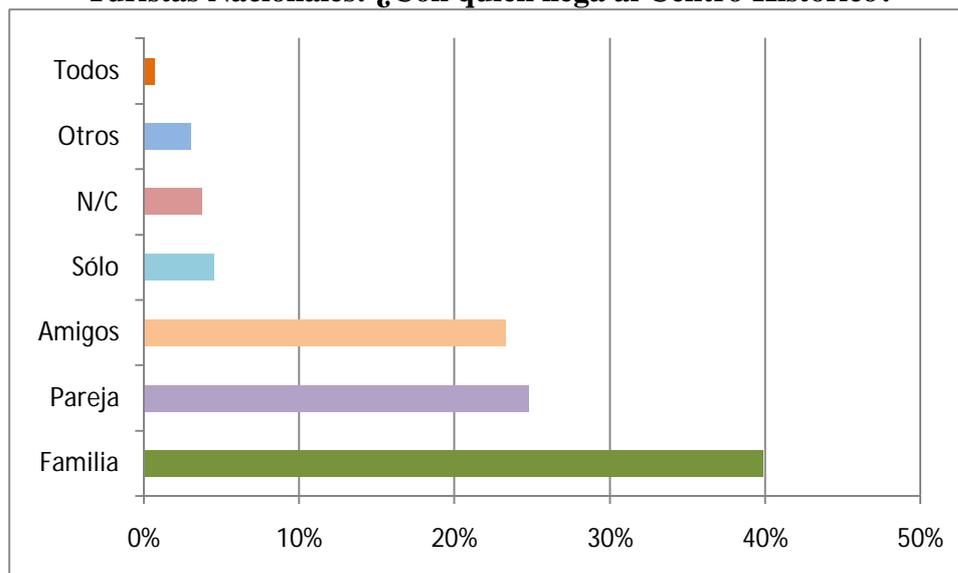
Turistas Nacionales: Con quién llega al Centro Histórico		
Compañía	Casos	%
Familia	53	40%
Pareja	33	25%
Amigos	31	23%
Sólo	6	5%
N/C	5	4%
Otros	4	3%
Todos	1	1%
Total	133	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 16

Turistas Nacionales: ¿Con quién llega al Centro Histórico?



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 40% de los encuestados va con su familia al Centro Histórico, el 25% va con su pareja, el 23% lo hace con sus amigos, un 5% va sólo, un 7% no especifica y un 1% va con su pareja, su familia o sus amigos.

Pregunta 5: Cuando busca información sobre Quito ¿A qué medio se refiere?

Cuadro No. 18

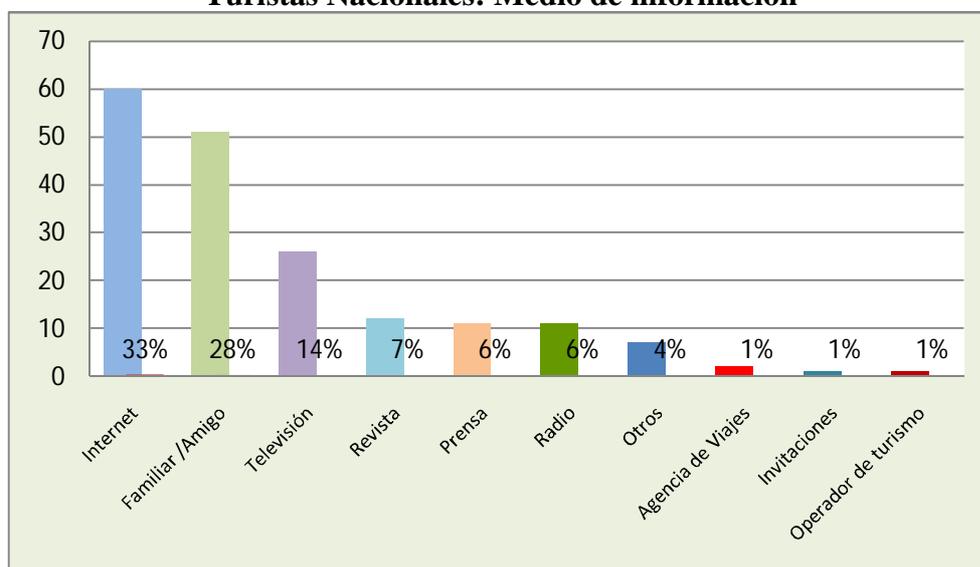
Turistas Nacionales: Medio de información		
Medio	Casos	%
Internet	60	33%
Familiar /Amigo	51	28%
Televisión	26	14%
Revista	12	7%
Prensa	11	6%
Radio	11	6%
Otros	7	4%
Agencia de Viajes	2	1%
Invitaciones	1	1%
Operador de turismo	1	1%
Total	182	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 17

Turistas Nacionales: Medio de información



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 33% de los encuestados acude al Internet, el 28% pide la sugerencia de un amigo o familiar, el 14% se informa por la televisión, 7% lee una revista, el 6% revisa la prensa, un 1% pide ayuda a una agencia de viajes, otro 1% lo hace con un operador

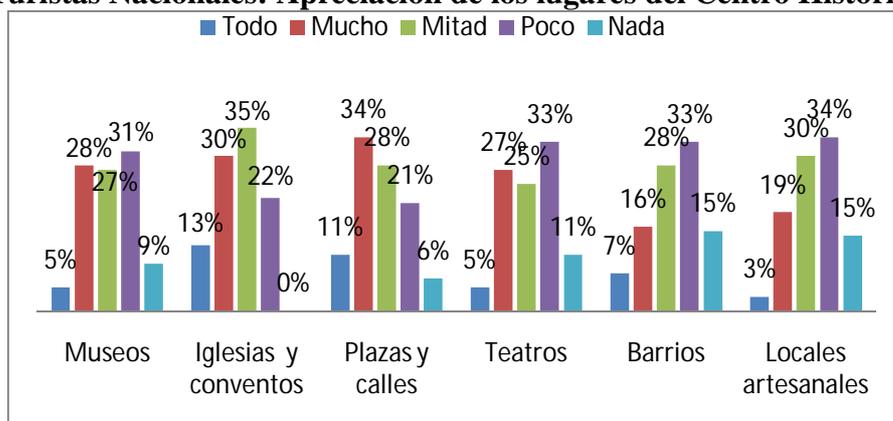
de turismo y un 4% no especifica. Sin embargo, un 1% dice que se informa por las invitaciones que recibe a los diferentes eventos.

Pregunta 6: Califique cuánto conoce de los siguientes lugares:

Cuadro No. 19												
Turistas Nacionales: Conocimiento de los diferentes lugares del Centro Histórico												
Lugares	Todo	%	Mucho	%	Mitad	%	Poco	%	Nada	%	Total	%
Museos	5	5%	31	28%	30	27%	34	31%	10	9%	110	100%
Iglesias y conventos	14	13%	33	30%	39	35%	24	22%	0	0%	110	100%
Plazas y calles	12	11%	37	34%	31	28%	23	21%	7	6%	110	100%
Teatros	5	5%	30	27%	27	25%	36	33%	12	11%	110	100%
Barrios	8	7%	18	16%	31	28%	36	33%	17	15%	110	100%
Locales artesanales	3	3%	21	19%	33	30%	37	34%	16	15%	110	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 18
Turistas Nacionales: Apreciación de los lugares del Centro Histórico



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

En cuanto a los museos el 31% conoce poco, el 28% mucho, el 27% más o menos, el 9% nada y el 5% todo.

En el caso de las iglesias y conventos el 35% las conoce más o menos, el 30% conoce mucho, el 22% poco y el 13% todo.

Las plazas y calles son las mejores conocidas, el 34% dice conocer mucho, el 28% las conoce más o menos, el 21% conoce poco, el 11% conoce nada y el 6% conoce todo.

Pregunta 7: ¿Qué lugares del Centro Histórico le gustaría conocer más?

Cuadro No. 20

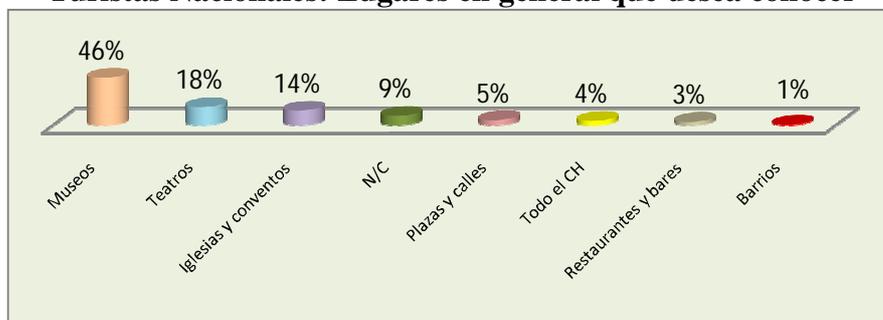
Turistas Nacionales: Lugares en general que desean conocer		
Lugar	Casos	%
Museos	55	46%
Teatros	21	18%
Iglesias y conventos	17	14%
N/C	11	9%
Plazas y calles	6	5%
Todo el CH	5	4%
Restaurantes y bares	4	3%
Barrios	1	1%
Total	120	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 19

Turistas Nacionales: Lugares en general que desea conocer



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

En general las personas prefieren conocer los museos, luego los teatros, después las plazas y calles, restaurantes y bares, y barrios, en este orden. Sin embargo a un 4% le gustaría conocer todo el Centro Histórico de Quito.

Cuadro No. 21

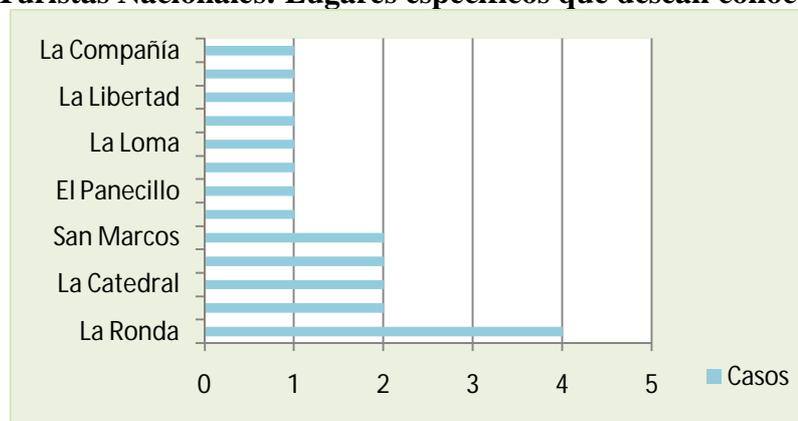
Turistas Nacionales: Lugares específicos que desean conocer	
Lugares culturales	Casos
La Ronda	4
Carondelet	2
La Catedral	2
Lugares culturales	2
San Marcos	2
Plaza Grande	1
El Panecillo	1
Miradores	1
La Loma	1
Tejar	1
La Libertad	1
San Juan	1
La Compañía	1
Total	20

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 20

Turistas Nacionales: Lugares específicos que desean conocer



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

La Ronda es el lugar preferido específicamente por los encuestados, luego los alrededores de la plaza Grande y el Barrio San Marcos. Barrios aledaños al Centro Histórico como el Tejar, San Juan y otros. Los más sorprendentes son los miradores.

Pregunta 8: ¿Ha contratado algún tour para conocer Quito? ¿Cuál?

Cuadro No. 22

Turistas Nacionales: Tours conocidos		
No	107	97%
Sí	3	3%
Total	110	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 23

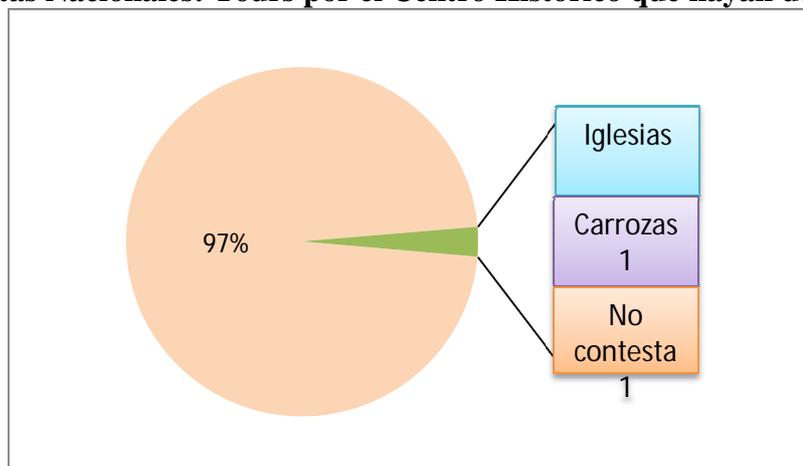
Turistas Nacionales: Tipo de Tour		
Lugar	f	%
Iglesias	1	33.3
Carrozas	1	33.3
N/C	1	33.4
Total	3	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 21

Turistas Nacionales: Tours por el Centro Histórico que hayan utilizado



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

Solo el 3% de la población dice haber contratado tours por el Centro Histórico, el restante no. Los tours que utilizaron fueron las carrozas del Centro Histórico, tours de las iglesias que oferta el Municipio y el 1% no contesta.

Pregunta 9: ¿Está conforme con el precio que pagó? ¿Por qué? Califique el servicio recibido

Cuadro No. 24

Turistas Nacionales: Conformidad con el precio	
Sí	2
N/C	1
Total	3

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 25

Turistas Nacionales: Razón	
N/C	2
Valor conveniente	1
Total	3

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 26

Turistas Nacionales: Calificación del servicio	
N/C	1
Muy bueno	2
Total	3

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 3% de los encuestados que si tomó un tour por el Centro Histórico está conforme con el precio que pagó; pero, solo el 30% explica que es un precio conveniente. Sin embargo el 66% dice que el servicio que contrató fue muy bueno.

Pregunta 10: ¿Recomendaría que visiten Quito?

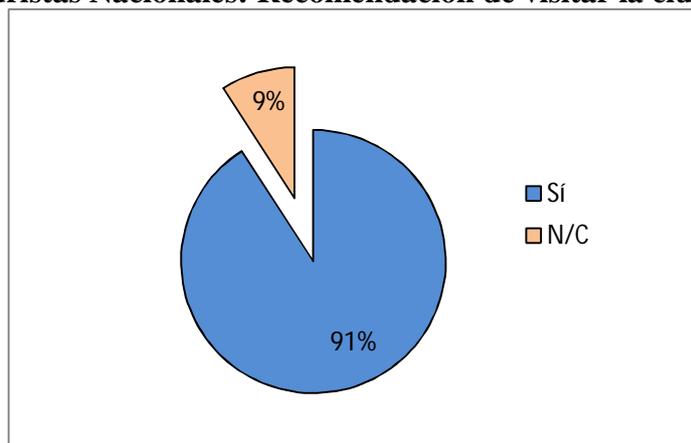
Cuadro No. 27

Turistas Nacionales: Recomendación de visitar la ciudad		
	Casos	%
Sí	100	91%
N/C	10	9%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 22
Turistas Nacionales: Recomendación de visitar la ciudad



Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 91% de los encuestados afirma que recomendaría que visiten nuestra ciudad, pero un 9% se abstiene de contestar.

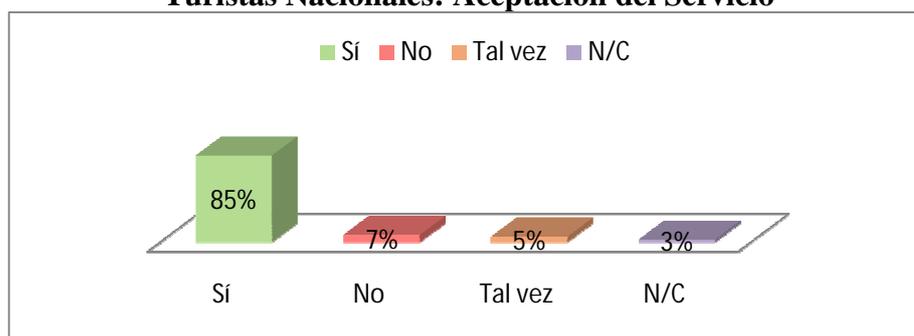
Pregunta 11: ¿Le gustaría recorrer el Centro Histórico de Quito en chiva conociendo la historia de sus edificios coloniales para que Ud. pueda decidir qué lugares visitar?

Cuadro No. 28

Turistas Nacionales: Aceptación del servicio		
	Casos	%
Sí	93	85%
No	8	7%
Tal vez	6	5%
N/C	3	3%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Gráfico No. 23
Turistas Nacionales: Aceptación del Servicio



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

En la pregunta clave del presente proyecto, se ha constatado que un 85% de los encuestados aceptan un tour en chiva por el Centro Histórico. Del 15% restante el 7% dice que no lo haría porque no les gustan las chivas, el 5% dice que tal vez y el 3% prefiere no contestar.

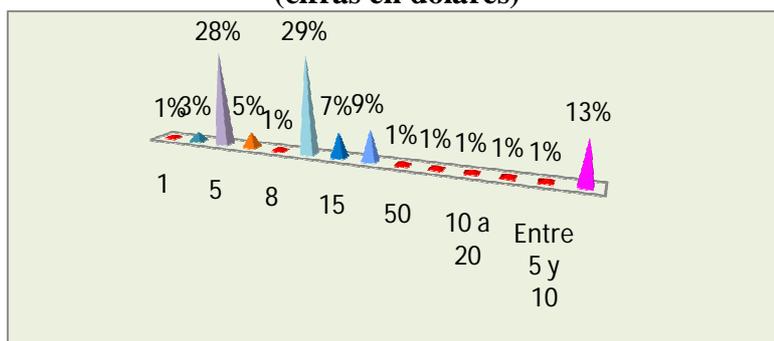
Pregunta 12: ¿Cuánto pagaría usted por este servicio?

Cuadro No. 29

Turistas Nacionales: Sugerencia de precio		
Sugerencia	Casos	%
\$1	1	1%
\$2	3	3%
\$5	31	28%
\$7	5	5%
\$8	1	1%
\$10	32	29%
\$15	8	7%
\$20	10	9%
\$50	1	1%
\$100	1	1%
\$10 a 20	1	1%
\$20 a 25	1	1%
\$Entre 5 y 10	1	1%
N/C	14	13%
Total	110	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 24
Turistas Nacionales: Sugerencia de Precio
(cifras en dólares)



Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Interpretación:

Del 85% de los encuestados que acepta el servicio en chiva, el 29% dice que pagaría 10 dólares, el 28% pagaría 5 dólares, un 9% 20 dólares, un 7% pagaría 15 dólares, un 5% 7, un 3% dos dólares, los siguientes en porcentaje de uno cada uno: 1, 8, 50, 100, entre 10 y 20, entre 20 y 25, entre 5 y 10 dólares, pero un 13% se abstiene de opinar.

2.4.6.2. Análisis Encuesta aplicada a turistas extranjeros

Datos Generales

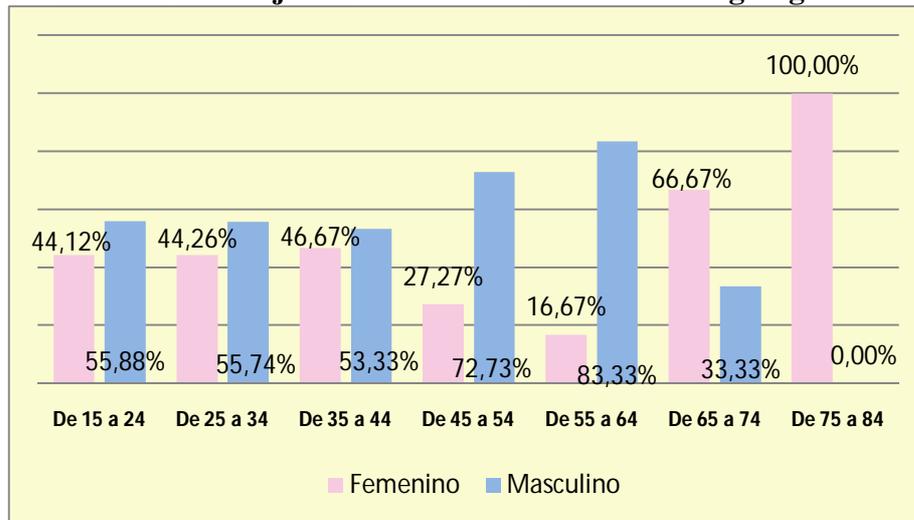
Edad y Género

Cuadro No. 30

Turistas Extranjeros: Edad y Género						
Edad	Género				TOTAL	
	Femenino	%	Masculino	%	Total	%
De 15 a 24	15	44,12%	19	55,88%	34	23,29%
De 25 a 34	27	44,26%	34	55,74%	61	41,78%
De 35 a 44	14	46,67%	16	53,33%	30	20,55%
De 45 a 54	3	27,27%	8	72,73%	11	7,53%
De 55 a 64	1	16,67%	5	83,33%	6	4,11%
De 65 a 74	2	66,67%	1	33,33%	3	2,05%
De 75 a 84	1	100,00%	0	0,00%	1	0,68%
	63	43,15%	83	56,85%	146	100,00%

Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Gráfico No. 25
Turistas Extranjeros: Edad de los encuestados según género



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

De las 146 personas encuestadas 57% fueron hombres y 43% mujeres; asimismo la mayor parte se concentró en el intervalo de 25 a 34 años con un 42% de la totalidad, seguidos por los de 15 a 24 años con el 23% y los de 25 a 34 con el 21%, el restante llega hasta los ochenta y dos años pero en porcentajes menores.

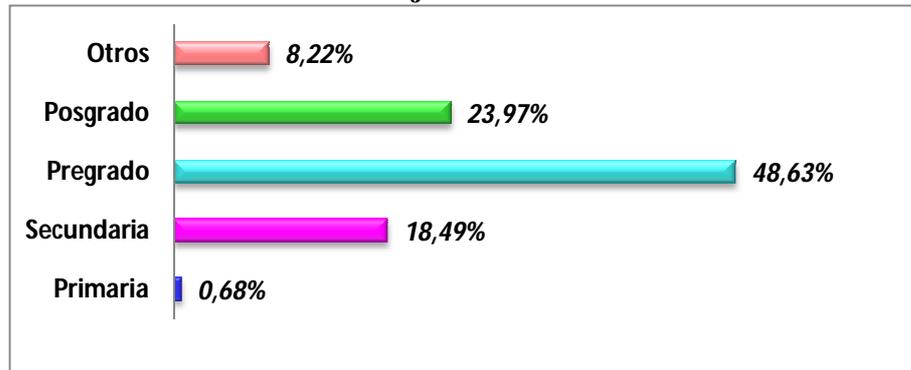
Nivel de Educación

Cuadro No. 31

Turistas Extranjeros: Nivel de Educación de los Encuestados		
Nivel de Educación	f	%
Primaria	1	0,68%
Secundaria	27	18,49%
Pregrado	71	48,63%
Posgrado	35	23,97%
Otros	12	8,22%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 26
Turistas Extranjeros: Nivel de Estudios



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación

El 48.63% de los extranjeros encuestados terminó o continúa cursando la educación superior; el 23,97% tiene algún título de posgrado, el 18,49% reciben o recibieron educación primaria, el restante 8,9% pertenece a primaria y otras.

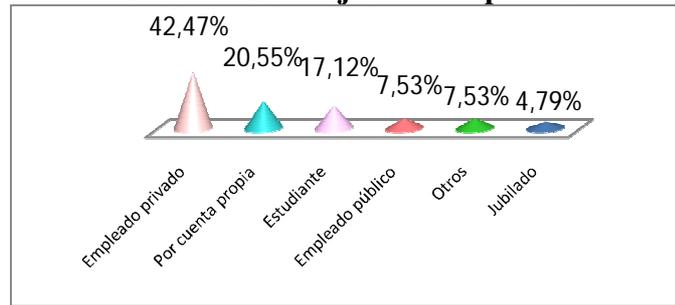
Ocupación

Cuadro No. 32

Turistas Extranjeros: Ocupación		
Ocupación	F	%
Empleado privado	62	42,47%
Por cuenta propia	30	20,55%
Estudiante	25	17,12%
Empleado público	11	7,53%
Otros	11	7,53%
Jubilado	7	4,79%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 27
Turistas Extranjeros: Ocupación



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 42,47% son empleados privados, un 20,55% trabajan por cuenta propia, los estudiantes conforman el 17,12%, los empleados públicos representan un porcentaje del 7,53% y los jubilados un 4,79%. Un 7,53% se ocupa en otras actividades.

Nacionalidad

Cuadro No. 33

Turistas Extranjeros: Nacionalidad		
Nacionalidad	f	%
Extranjera	144	98,63%
No especifican	2	1,37%
	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 28
Turistas Extranjeros: Nacionalidad



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

Se encuestó a 146 personas de las cuales el 99% se identificó como extranjera y el 1% no especificó. Esta pregunta fue hecha con el objetivo de verificar si el encuestado es extranjero o no.

Residencia de los Encuestados

Cuadro No. 34

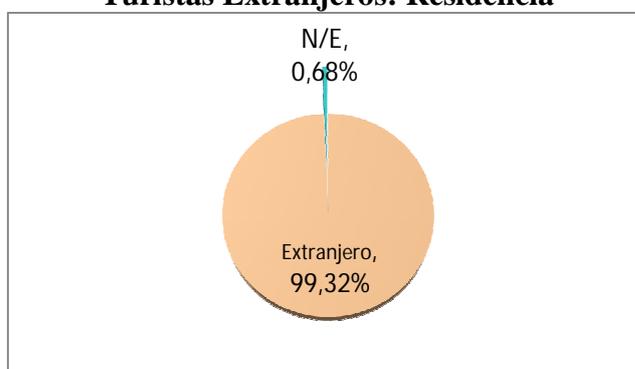
Turistas Extranjeros: Residencia		
Residencia	f	%
Extranjero	145	99,32%
N/E	1	0,68%
	146	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 29

Turistas Extranjeros: Residencia



Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 99,32% de los turistas extranjeros encuestados vive en su país de nacionalidad, es decir que confirman que son personas que no viven en el país; y el 0,68% prefirió no especificar.

Residencia extranjeros encuestados

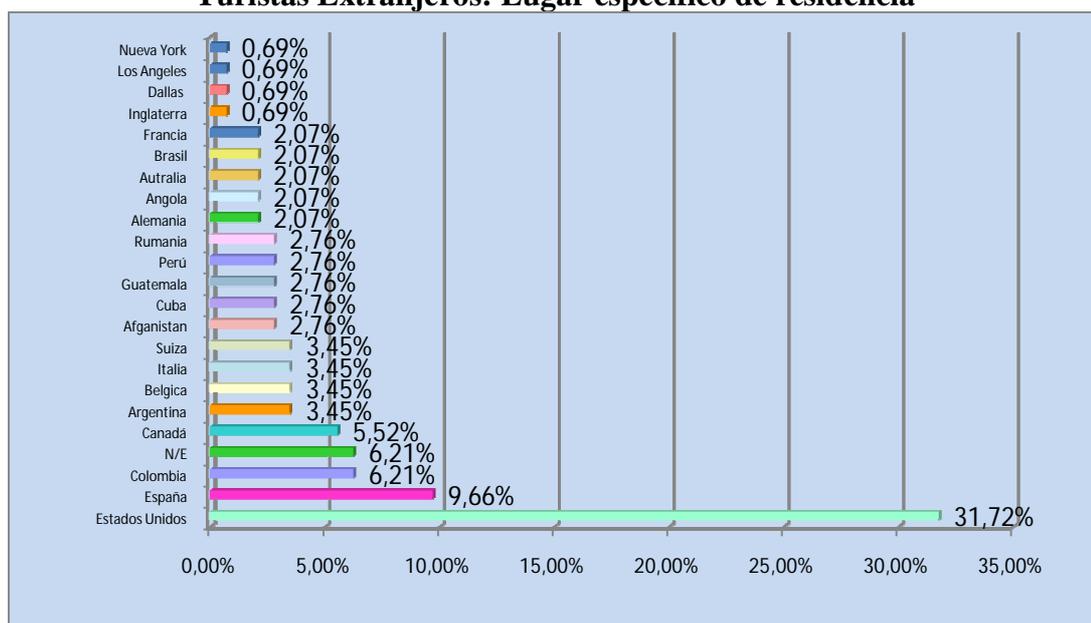
Cuadro No. 35

Turistas Extranjeros: Residencia específica		
País	f	%
Estados Unidos	46	31,72%
Ecuador		0,00%
España	14	9,66%
Colombia	9	6,21%
N/E	9	6,21%
Canadá	8	5,52%
Argentina	5	3,45%
Bélgica	5	3,45%
Italia	5	3,45%
Suiza	5	3,45%
Afganistán	4	2,76%
Cuba	4	2,76%
Guatemala	4	2,76%
Perú	4	2,76%
Rumania	4	2,76%
Alemania	3	2,07%
Angola	3	2,07%
Australia	3	2,07%
Brasil	3	2,07%
Francia	3	2,07%
Inglaterra	1	0,69%
Dallas	1	0,69%
Los Ángeles	1	0,69%
Nueva York	1	0,69%
Total	145	

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 30
Turistas Extranjeros: Lugar específico de residencia



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

De las personas extranjeras encuestadas el 31,72% reside en Estados Unidos; el 9,62% en España; el 6,21% en Colombia; el 5,52% en Canadá; en un porcentaje igual de 3,45 están argentinos, belgas, italianos y suizos; asimismo un 2,76% igual para Rumania, Perú, Guatemala, Cuba y Afganistán; el 2,07% en Alemania, Angola, Australia, Brasil y Francia; y en un mínimo porcentaje de 0,81% para cada uno de los siguientes países Inglaterra, Dallas, Los Ángeles y Nueva York.

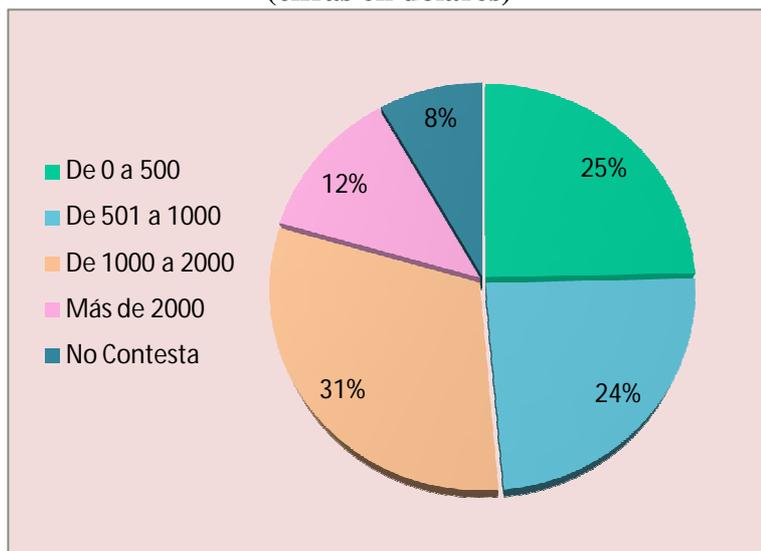
Nivel de Ingresos

Cuadro No. 36

Turistas Extranjeros: Nivel de Ingresos		
Ingresos (en dólares)	f	%
De 0 a 500	36	24,66%
De 501 a 1000	35	23,97%
De 1000 a 2000	45	30,82%
Más de 2000	18	12,33%
No Contesta	12	8,22%
	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 31
Turistas Extranjeros: Nivel de Ingresos
(cifras en dólares)



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

La mayoría de los encuestados es decir el 31% tiene ingresos entre 1000 y 2000 dólares, el 24% gana entre 500 y 1000 dólares y un 12% gana más de 2000. Sin embargo un 25% percibe ingresos menores a 500 dólares y un 8% no contesta, sumados estos dos últimos representan un 33%.

Preguntas

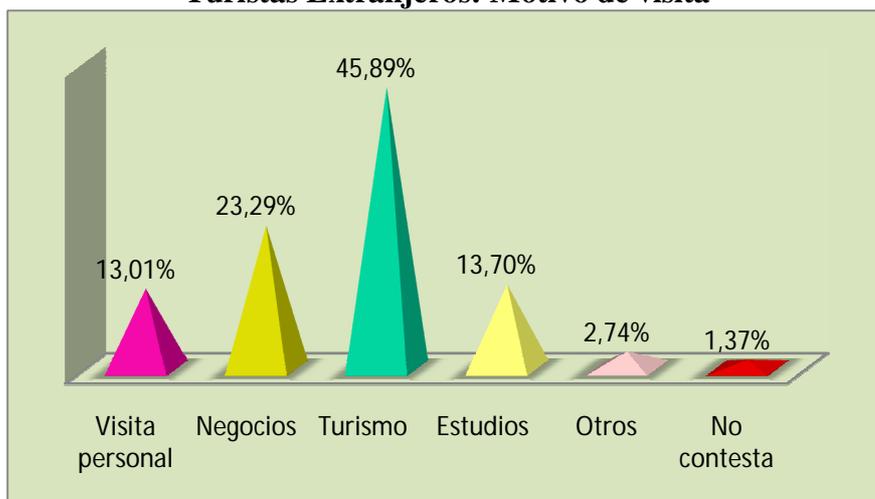
Pregunta 1: ¿Por qué motivo viajó a Quito?

Cuadro No. 37

Turistas Extranjeros: Motivo de visita		
Motivo	f	%
Visita personal	19	13,01%
Negocios	34	23,29%
Turismo	67	45,89%
Estudios	20	13,70%
Otros	4	2,74%
No contesta	2	1,37%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 32
Turistas Extranjeros: Motivo de visita



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 45,89% visitó Quito por turismo, el 23,29% por negocios, el 13,7% por estudios, el 13,01 por visita personal, el 2,74% por otros motivos y el 1,37% no contesta. Cabe destacar que entre el porcentaje de otros motivos los extranjeros visitaron Quito para hacer voluntariado.

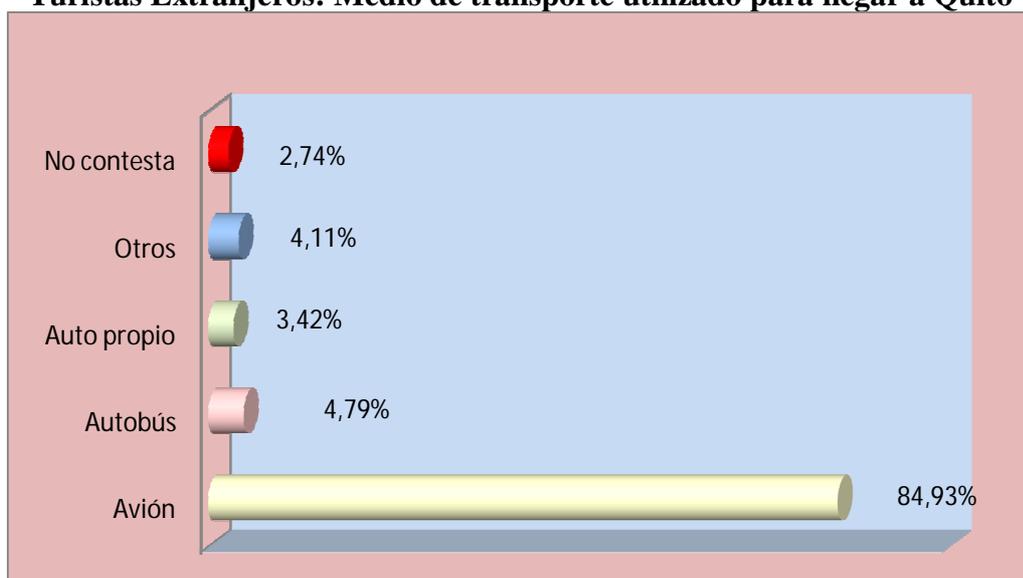
Pregunta 2: ¿En qué medio de transporte llegó a Quito?

Cuadro No. 38

Turistas Extranjeros: Medio de transporte utilizado para llegar a Quito		
Transporte	F	%
Avión	124	84,93%
Autobús	7	4,79%
Auto propio	5	3,42%
Otros	6	4,11%
No contesta	4	2,74%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 33
Turistas Extranjeros: Medio de transporte utilizado para llegar a Quito



Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 84,93% de los consultados llegó a Quito en avión, el 4,79% en autobús, el 3,42% en auto propio, el 4,11 utilizó otros medios de transporte y no contestó el 2,74%.

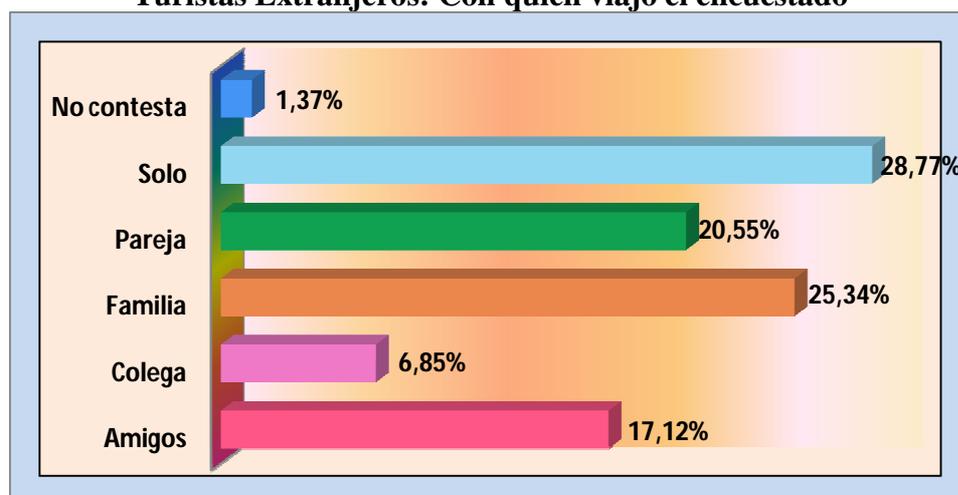
Pregunta 3: ¿Con quien vino?

Cuadro No. 39

Turistas Extranjeros: Acompañantes		
En compañía de ...	f	%
Amigos	25	17,12%
Colega	10	6,85%
Familia	37	25,34%
Pareja	30	20,55%
Solo	42	28,77%
No contesta	2	1,37%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Gráfico No. 34
Turistas Extranjeros: Con quién viajó el encuestado



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 28,77% de los encuestados viajaron solos, en familia el 25,34%, con su pareja el 20,55%, con amigos el 17,12%, 6,85% con colegas y el 1,37% no contesta.

Pregunta 4: ¿Cuántos días estuvo en Quito?

Cuadro No. 40

Turistas Extranjeros: Tiempo de estancia en Quito		
Días	f	%
1	4	2,74%
2	16	10,96%
3	17	11,64%
4	16	10,96%
Más de 4	66	45,21%
No contesta	27	18,49%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 35
Turistas Extranjeros: Tiempo de permanencia en Quito



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 45,21% permaneció más de 4 días en Quito, el 11,64% permaneció 3 días, un 10,96 por cuatro días, otro 10,96% dos días, el 2,74 un día y un 18,49% prefirió no indicar los días que estarán en Quito.

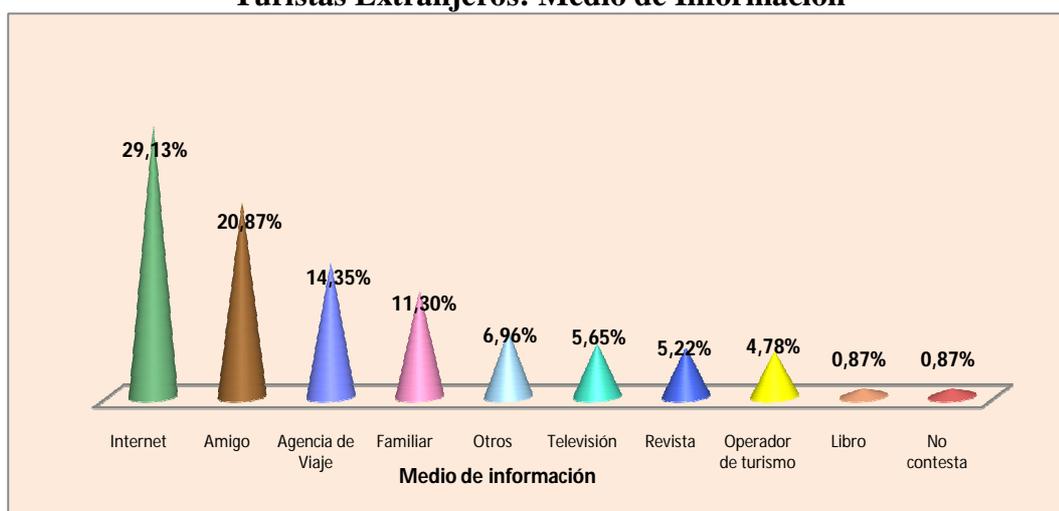
Pregunta 5: ¿Por qué medios obtuvo información sobre Quito?

Cuadro No. 41

Turistas Extranjeros: Medio de Información		
Medio de Información	f	%
Internet	67	29,13%
Amigo	48	20,87%
Agencia de Viaje	33	14,35%
Familiar	26	11,30%
Otros	16	6,96%
Televisión	13	5,65%
Revista	12	5,22%
Operador de turismo	11	4,78%
Libro	2	0,87%
No contesta	2	0,87%
Total	230	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 36
Turistas Extranjeros: Medio de Información



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 29,13% acude al Internet, el 20,87% consulta a un amigo, el 14,35% averigua en Agencias de Viajes, el 11,30% a un Familiar, el 5,65% se enteran por televisión, el 5,22% por revistas especializadas, el 4,78 a un operador de turismo, 0,87 consulta en un libro, no contesta el 0,87%.

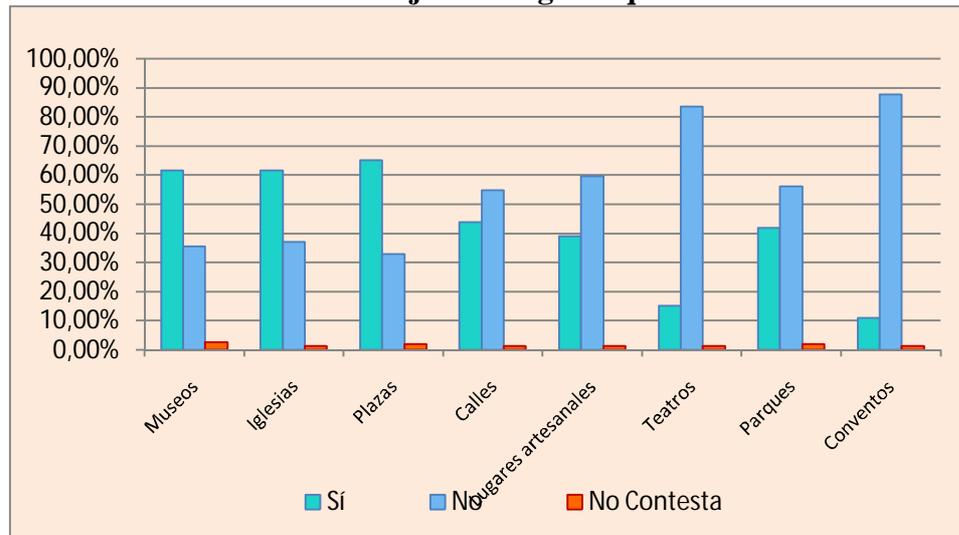
Pregunta 6: ¿Qué lugares conoció del Centro Histórico de Quito?

Cuadro No. 42

Turistas Extranjeros: Lugares que conocen los encuestados							
Lugar	Si	%	No	%	No Contesta	%	Total
Museos	90	61,64%	52	35,62%	4	2,74%	146
Iglesias	90	61,64%	54	36,99%	2	1,37%	146
Plazas	95	65,07%	48	32,88%	3	2,05%	146
Calles	64	43,84%	80	54,79%	2	1,37%	146
Lugares artesanales	57	39,04%	87	59,59%	2	1,37%	146
Teatros	22	15,07%	122	83,56%	2	1,37%	146
Parques	61	41,78%	82	56,16%	3	2,05%	146
Conventos	16	10,96%	128	87,67%	2	1,37%	146

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 37
Turistas Extranjeros: Lugares que conocen



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

En general las personas conocen más las plazas, museos, iglesias, calles y parques, en este orden. Poco conocen los teatros y conventos.

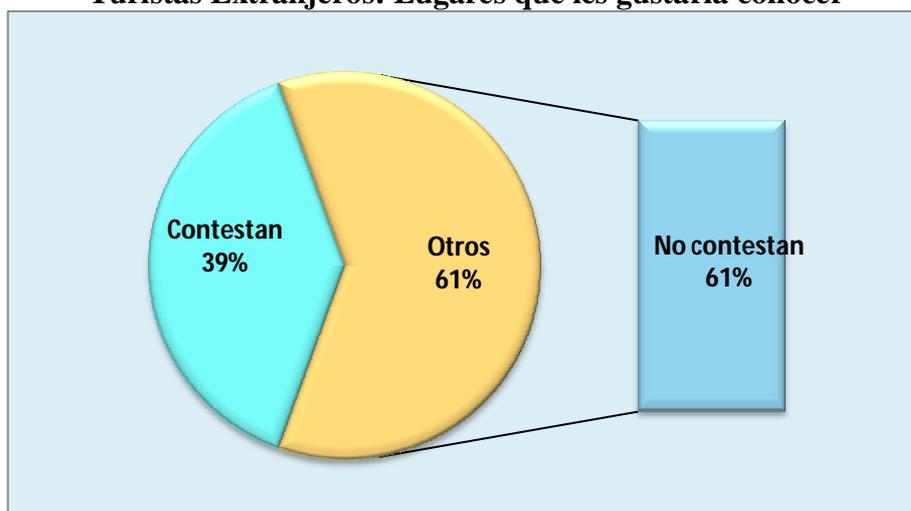
Pregunta 7: ¿Qué lugares específicos le gustaría conocer del Centro Histórico?

Cuadro No 43

Turistas Extranjeros: Lugares que les gustaría conocer		
Respuesta	f	%
Contestan	57	39,04%
No contestan	89	60,96%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 38
Turistas Extranjeros: Lugares que les gustaría conocer



Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Interpretación:

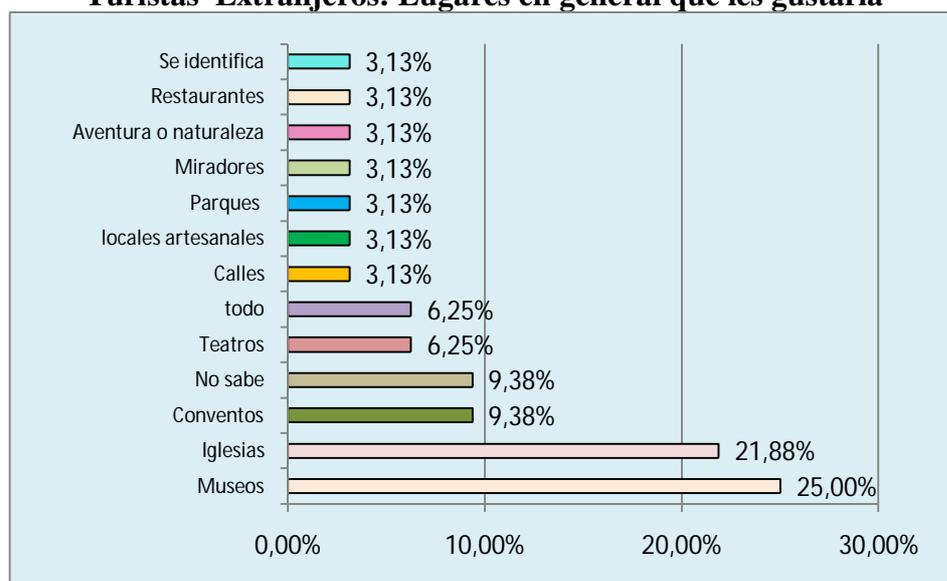
Primero, a esta pregunta contestaron únicamente el 39% de los encuestados es decir 57 personas, casi la tercera parte.

Cuadro No. 44

Turistas Extranjeros: Lugares en general que les gustaría conocer		
Respuesta	f	%
Museos	8	25,00%
Iglesias	7	21,88%
Conventos	3	9,38%
No sabe	3	9,38%
Teatros	2	6,25%
todo	2	6,25%
Calles	1	3,13%
locales artesanales	1	3,13%
Parques	1	3,13%
Miradores	1	3,13%
Aventura o naturaleza	1	3,13%
Restaurantes	1	3,13%
Se identifica	1	3,13%
Total	32	

Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Gráfico No. 39
Turistas Extranjeros: Lugares en general que les gustaría



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

A pesar de ya conocer el 25% de las personas que contestaron a esta pregunta prefiere conocer los museos, el 21,88% las iglesias, el 9,38% los conventos, el 6,25% los teatros, en un porcentaje parecido del 3,13% las calles, los parques, los locales artesanales, los miradores. Un 6,25% quisiera conocer todo y un 9,38% no define que prefiere puesto que hay variedad de lugares para visitar.

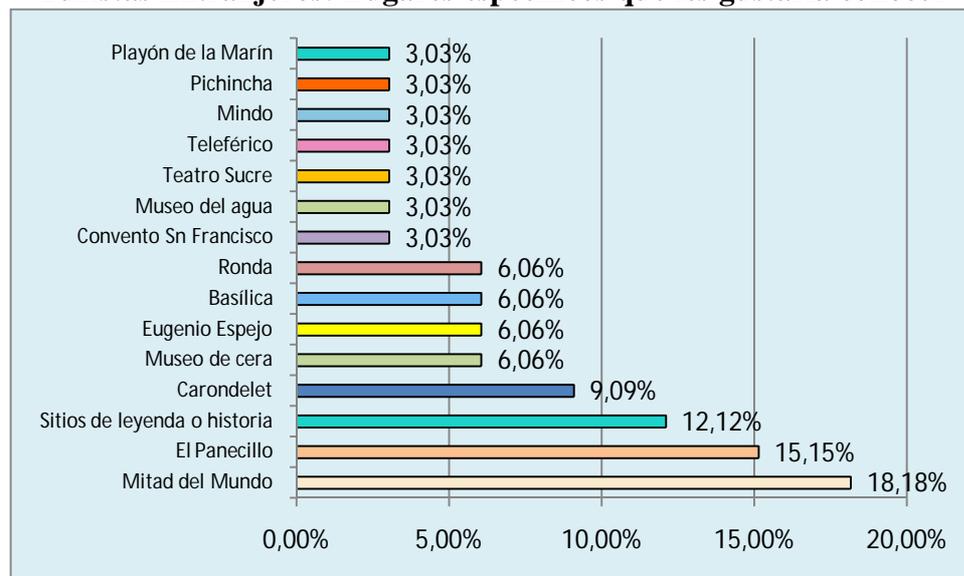
Cuadro No. 45

Turistas Extranjeros: Lugares específicos que les gustaría conocer		
Respuesta	f	%
Mitad del Mundo	6	18,18%
El Panecillo	5	15,15%
Sitios de leyenda o historia	4	12,12%
Carondelet	3	9,09%
Museo de cera	2	6,06%
Eugenio Espejo	2	6,06%
Basílica	2	6,06%
Ronda	2	6,06%
Convento Sn Francisco	1	3,03%
Museo del agua	1	3,03%

Turistas Extranjeros: Lugares específicos que les gustaría conocer		
Respuesta	f	%
Teatro Sucre	1	3,03%
Teleférico	1	3,03%
Mindo	1	3,03%
Pichincha	1	3,03%
Playón de la Marín	1	3,03%
Total	33	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 40
Turistas Extranjeros: Lugares específicos que les gustaría conocer



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

En general las personas extranjeras buscan conocer puntos específicos muy reconocidos, pero ninguno busca conocer lugares nuevos o variados. La mayoría prefiere conocer la Mitad del Mundo, El Panecillo. Aunque un 12,12% busca conocer sitios de leyenda e historia.

**Pregunta 8: ¿Contrató algún tour para conocer Quito? ¿Por qué?
Califique el servicio**

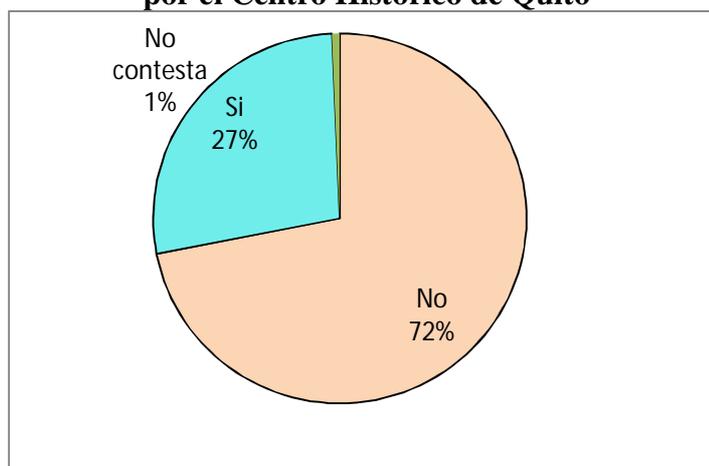
Cuadro No. 46

Turistas Extranjeros: Personas que tomaron un tour por el Centro Histórico de Quito		
	f	%
No	105	71,92%
Sí	40	27,40%
No contesta	1	0,68%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 41

Turistas Extranjeros: Personas que tomaron un tour por el Centro Histórico de Quito



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

De las personas encuestadas solo un 27,40% ha tomado un tour por el Centro Histórico, el resto no lo ha hecho, pero un 0.68% no contesta.

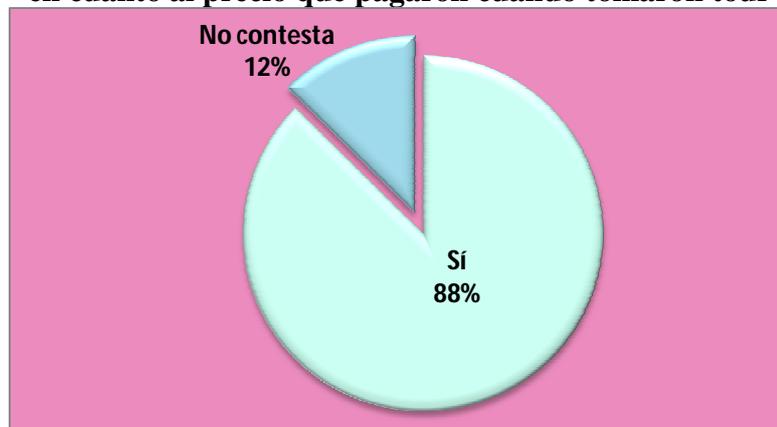
Cuadro No. 47

Turistas Extranjeros: Conformidad con el precio que pagaron los encuestados que SÍ tomaron tour		
Respuesta	f	%
Sí	35	87,50%
No contesta	5	12,50%
	40	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 42

Turistas Extranjeros: Conformidad de los encuestados en cuanto al precio que pagaron cuando tomaron tour



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

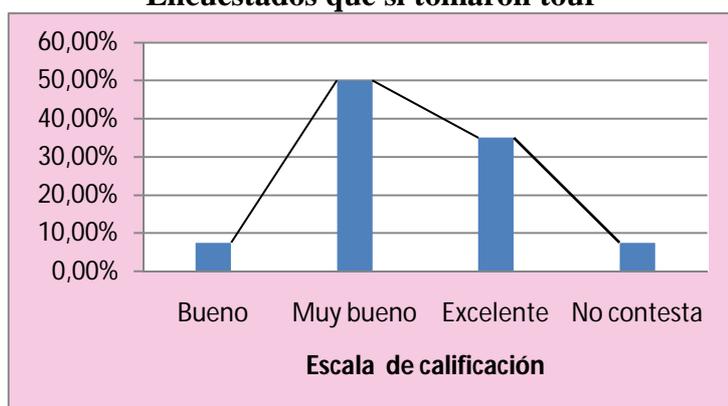
El 88% de las personas que han tomado un tour por el Centro Histórico está conforme con el precio. Empero un 13% prefiere no contestar.

Cuadro No. 48

Turistas Extranjeros: Calificación del servicio recibido Encuestados que sí tomaron tour		
Calificación	f	%
Bueno	3	7,50%
Muy bueno	20	50,00%
Excelente	14	35,00%
No contesta	3	7,50%
Total	40	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 43
Turistas Extranjeros: Calificación del servicio recibido
Encuestados que sí tomaron tour



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

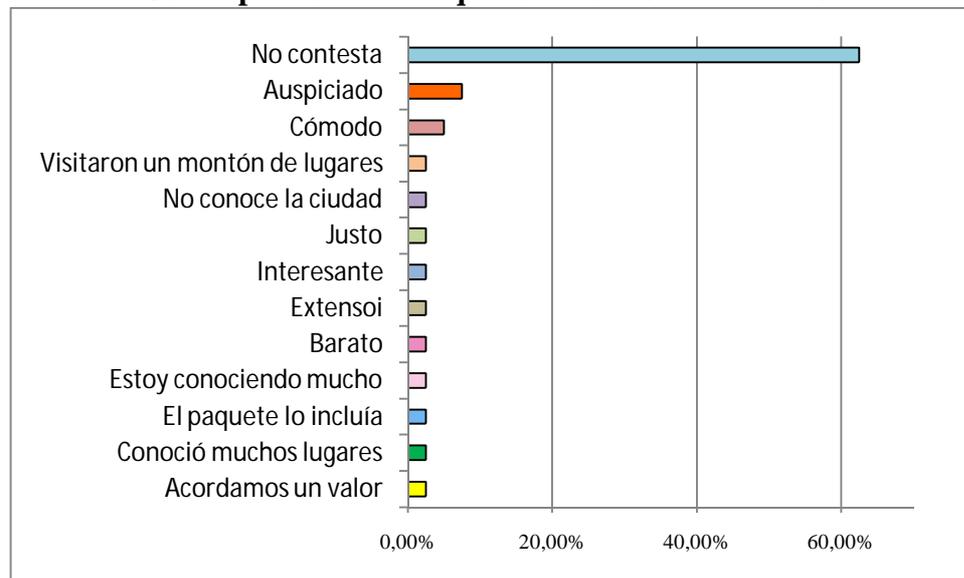
Las personas que ha tomado un tour el 50% lo califican como muy bueno, el 35% como excelente, el 7,5% como bueno y el 7,5% no calificó.

Cuadro No. 49

Turistas Extranjeros: Motivo por la conformidad Encuestados que sí tomaron tour		
Motivo	f	%
Acordamos un valor	1	2,50%
Conoció muchos lugares	1	2,50%
El paquete lo incluía	1	2,50%
Estoy conociendo mucho	1	2,50%
Barato	1	2,50%
Extenso	1	2,50%
Interesante	1	2,50%
Justo	1	2,50%
No conoce la ciudad	1	2,50%
Visitaron un montón de lugares	1	2,50%
Cómodo	2	5,00%
Auspiciado	3	7,50%
No contesta	25	62,50%
Total	40	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 44
Turistas Extranjeros: Motivo por la conformidad
Con el precio del tour que tomaron los encuestados



Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Interpretación:

Las personas están conformes con los tours porque han sido baratos, interesantes, auspiciados, cómodos, un sinnúmero de calificativos que hacen notar que todos están interesados en hacer un recorrido profundo por la ciudad.

Pregunta 9: Recomendaría que visiten Quito?

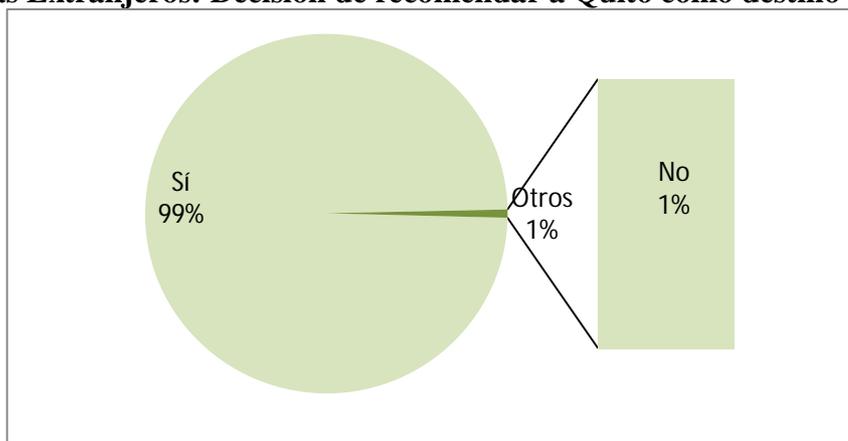
Cuadro No. 50

Turistas Extranjeros: Decisión de recomendar a Quito como destino turístico		
Respuesta	f	%
Sí	143	97,95%
No	1	0,68%
No Contesta	2	1,37%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
 Elaborado por: La autora

Gráfico No. 45

Turistas Extranjeros: Decisión de recomendar a Quito como destino turístico



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 99% de los encuestados dicen que recomendarían a Quito como destino turístico porque es bonita, histórica, su gente es amable, es una ciudad cultural, cantidad de vocablos que hacen reconocer a Quito como una ciudad única por su patrimonio cultural y por su gente.

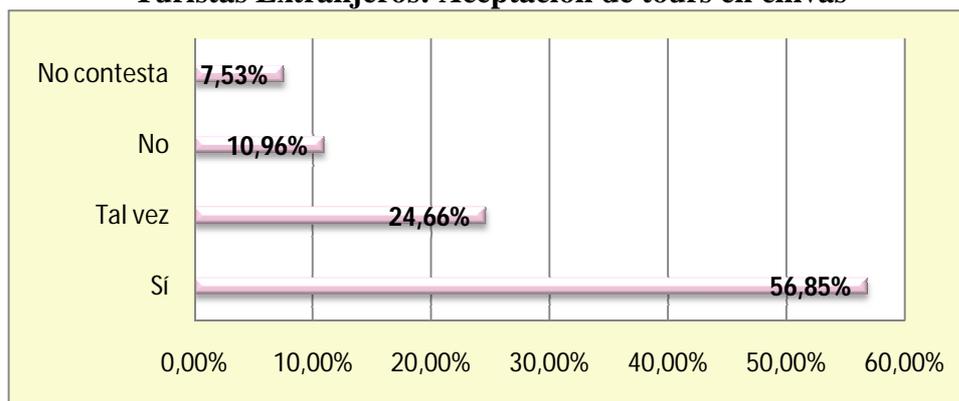
Pregunta 10: ¿Le gustaría recorrer el Centro Histórico de Quito en chiva conociendo la historia de sus edificios coloniales para que Ud. pueda decidir qué lugares visitar?

Cuadro No. 51

Turistas Extranjeros: Nivel de aceptación de tours en chivas		
Respuesta	f	%
Sí	83	56,85%
Tal vez	36	24,66%
No	16	10,96%
No contesta	11	7,53%
Total	146	

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Gráfico No. 46
Turistas Extranjeros: Aceptación de tours en chivas



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

Al 56,85% de los consultados si le gustaría hacer un recorrido en chiva por el Centro Histórico, el 24,66% dice que tal vez pero puede ser cliente potencial porque al final podría decidir tomar el servicio. Sin embargo, no lo acepta el 10,96% y no contestan el 7,53%.

Pregunta 11: ¿Cuánto pagaría usted por este servicio?

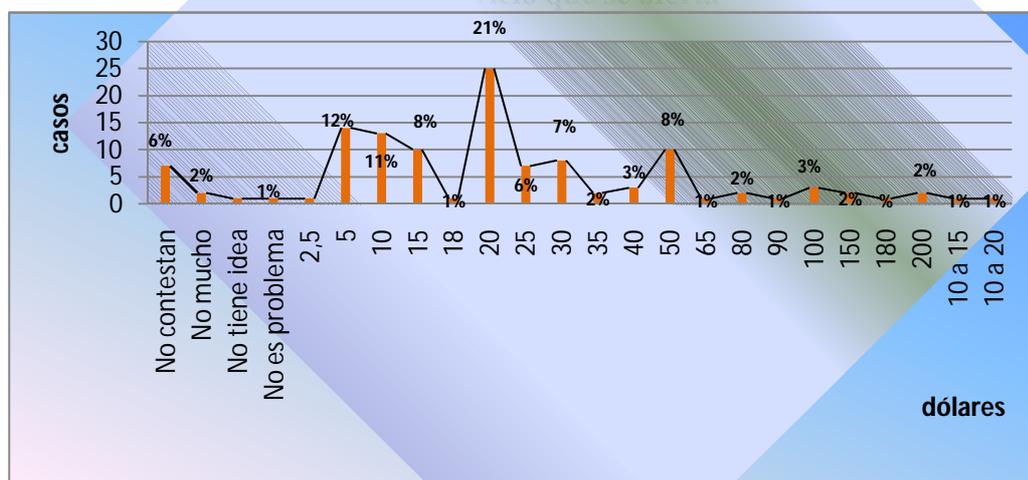
Cuadro No. 52

Turistas Extranjeros: Sugerencia de precio de los encuestados para el servicio que se oferta		
Dispuesto a pagar	f	%
No contestan	7	6%
No mucho	2	2%
No tiene idea	1	1%
No es problema	1	1%
2,5	1	1%
5	14	12%
10	13	11%
15	10	8%
18	1	1%
20	25	21%
25	7	6%
30	8	7%

Turistas Extranjeros: Sugerencia de precio de los encuestados para el servicio que se oferta		
Dispuesto a pagar	f	%
35	2	2%
40	3	3%
50	10	8%
65	1	1%
80	2	2%
90	1	1%
100	3	3%
150	2	2%
180	1	1%
200	2	2%
10 a 15	1	1%
10 a 20	1	1%
Total		

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Turistas Extranjeros: Sugerencia de precio de los encuestados para el servicio que se oferta



Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: La autora

Interpretación:

El 21% sugiere que el precio por el servicio prestado debería ser de 20 dólares, un 12% sugiere que debería ser 5 dólares y un 11% en 10 dólares. El resto en porcentajes menores sugieren precios de hasta 200 dólares.

2.4.6.3. Conclusiones de las encuestas aplicadas

Las encuestas aplicadas a ecuatorianos y extranjeros permitieron respaldar el presente proyecto puesto que el 85% de los ecuatorianos y el 57% de los extranjeros dice que si tomaría el servicio ofertado.

Las personas en general conocen lugares muy reconocidos de la ciudad, pero poco saben de su trayectoria.

La negativa de algunas personas respecto a tomar un recorrido en chivas se debe a la percepción que tienen sobre estos vehículos ya que son populares, usadas para la diversión, la algarabía; por lo tanto se debe buscar un nombre que atraiga a los potenciales clientes. Algunas personas dijeron preferir que el recorrido se lo haga en buses adecuados.

Se necesita un experto en arte para especificar los diseños de las edificaciones antiguas del Centro Histórico puesto que los usuarios harán preguntas al respecto.

Se debe considerar que hay ecuatorianos que viven en el extranjero y extranjeros que viven en el Ecuador.

Se ha notado que la creación de un circuito serviría de guía para las personas que pasean por cuenta propia; el recorrido permitiría conocer un sinnúmero de propuestas ya que se necesita bastante tiempo para conocer a Quito.

En el caso de los extranjeros el servicio debe estar enfocado a las personas entre 25 y 34 años; en cambio los ecuatorianos desde los 18 años ya están interesados en conocer la ciudad de una manera cultural.

2.5. Identificación del Servicio

2.5.1. Definición del Servicio

PRODUCTO: Tours por la ciudad de Quito en vehículos conocidos como chivas

2.5.2. Descripción del Servicio

El proyecto busca prestar el servicio de tours por la ciudad de Quito en los vehículos conocidos como chivas, recorriendo especialmente su Centro Histórico, similar al servicio que prestan los autobuses escénicos de otros países del mundo: San Francisco, Los Ángeles, Hollywood, entre otros.

Los turistas residentes y no residentes en Quito podrán tomar la chiva en la Estación de Servicio que se ubicará en San Blas; pero los boletos vendidos podrán ser utilizados hasta por 72 horas, siempre y cuando el usuario se suba en las paradas definidas y haya disponibilidad de espacios.

El recorrido irá por las principales calles de Centro Histórico en el siguiente orden: Estación San Blas, Guayaquil, Rocafuerte, Benalcázar, Bahía de Caráquez, Loja, Imbabura, Chimborazo, Ambato, Barahona, Bahía de Caráquez, Av. 24 de Mayo, Cuenca, Mejía, Benalcázar, Bolívar, Venezuela, García Moreno, Bolívar, Juan José Flores, Montúfar, Estación San Blas.

Durante el recorrido un guía de turismo especializado explicará la trayectoria de los lugares emblemáticos y el arte colonial de las principales edificaciones del Quito Colonial.

Se planea pasar por las principales calles del Centro de Quito reconociendo los lugares renombrados como museos, iglesias, conventos, galerías, plazas, barrios entre otros de acuerdo a las preferencias de los consumidores con base en la encuesta aplicada para este proyecto. Con seguridad los turistas querrán bajar de las chivas para conocer un poco más sobre los museos, iglesias y otros, por eso es necesario crear alianzas estratégicas con la administración de estos lugares para que en cada lugar se reciban a los turistas.

Por ejemplo si un turista desea visitar el Museo de la Ciudad, la chiva le dejará en la parada cercana al Museo donde personal de ese lugar lo recibirá y lo guiará al museo y dentro de él; al concluir la visita al museo el mismo personal del Museo le acompañará al turistas a tomar una chiva ya sea para continuar con el tour en chiva o regresar a la Estación si así los desea.

Lo último permite un beneficio mutuo para el proyecto por su razón de ser, prestar servicio de tour guiado por las calles donde los turistas recibirán información introductoria de los sitios notorios; y, para la administración de los lugares turísticos puesto que ellos podrán recibir en sus instalaciones a los turistas cuyo interés sea conocer a fondo la historia de uno u otro lugar turístico.

La duración del recorrido será de 1,5 horas aproximadamente. Durante el viaje se ofrecerá bocaditos para deleitar el paseo, así como fotografías de los lugares renombrados. Cabe destacar que este tiempo es estimado por la vuela que realiza la chiva, el servicio que se presta, más no por el tiempo que les tome a las personas mientras visitan los diferentes puntos turísticos que deseen. Cabe destacar que cada hora saldrá una chiva a hacer recorridos, alternadamente.

La unidad del servicio será por persona (PAX) considerando entradas para cada tipo de usuario como son: turistas nacionales, turistas extranjeros y los descuentos por ley para niños, personas con discapacidad y de la tercera edad aplicables sólo para residentes ecuatorianos.

La diferenciación del servicio está en explicar la trayectoria de las edificaciones del Centro Histórico de Quito recorriendo calle por calle; otras empresas únicamente recorren 4 calles visitando los lugares renombrados a nivel mundial, desde la Plaza Grande hasta San Francisco, pero se olvidan de muchos otros edificios que también tienen trayectoria y son poco conocidos. Las empresas que prestan el servicio de recorridos en carrozas únicamente pasean a los turistas por los lugares que pueden pasar los caballos.

2.5.3. Características del Servicio

El servicio se caracterizará por las siguientes razones:

- Las funciones del negocio serían ofrecer el servicio de tours principalmente por el Centro Histórico de Quito y ampliar los recorridos por los lugares renombrados de esta ciudad como son La Iglesia de Chillogallo, La Mariscal, El Panecillo, Guápulo, Conocoto, Cotocollao, Itchimbía y otros lugares históricos que no son muy conocidos por los turistas nacionales y extranjeros.
- Permitirá conocer Quito de una forma diferente y cómoda aprovechando los vehículos tradicionales como culturales
- Cambiaría la percepción de las personas ya que estos vehículos son conocidos únicamente para celebraciones.
- No hay servicio igual, los recorridos existentes son a pie y los que ofrecen transporte únicamente trasladan personas hasta puntos específicos y al final el turista conoce pocos lugares. La idea del proyecto es ofrecer un recorrido que permitirá definir los lugares que les gustaría conocer.

2.6. Perfil del consumidor

2.6.1. Tipo e idiosincrasia de los usuarios

Los usuarios de este servicio no solo son personas interesadas en la cultura e historia del país, sino también están interesadas en recrearse conociendo más sobre el Primer Patrimonio cultural.

Los quiteños son noveleros, buscan divertirse y están dispuestos a pagar un precio módico por conocer el Centro Histórico de una manera diferente, que mejor si son con cosas propias.

La mayoría de quiteños tiene instrucción superior ya sea que la terminó o las está cursando y trabaja para la empresa privada, por ende buena parte de la población pertenece a la clase media; la población femenina supera a la masculina. Más de la mitad de los quiteños tiene auto propio para llegar al Centro Histórico y buscan información por Internet. Los capitalinos siempre pasean con la familia, pareja o amigos.

Los extranjeros, en cambio, llegan al país por diferentes motivos pero siempre sacan tiempo hacer turismo, principalmente buscan conocer el Centro Histórico de Quito, conocer porqué esta ciudad fue nombrada Patrimonio Cultural de la Humanidad, tanto que algunos extranjeros prefieren quedarse a vivir en Quito una vez que la conocen. La edad de los visitantes extranjeros fluctúa entre 15 y 44 años, al igual que los ecuatorianos en su mayoría han cursado o siguen cursando la instrucción superior y son empleados privados.

Del total de extranjeros que llegan a Quito una tercera parte decide vivir por un tiempo en esta ciudad. Aproximadamente una tercera parte de los extranjeros proviene de los Estados Unidos. Los ingresos de los extranjeros en mayormente varían entre 1000 y 2000 dólares. Gran parte de los extranjeros viajó a Quito por turismo y lo hizo por avión. En promedio los extranjeros permanecen en Quito cuatro días.

2.6.2. Segmentación del mercado

El presente proyecto busca alcanzar un cliente potencial cuyas características sean las siguientes:

Cuadro No. 53

Segmentación de Mercado		
Geográficas	Turista Quiteño	Turista Extranjero
País de residencia:	Ecuador	Extranjero
Región:	Sierra	n/a
Provincia:	Pichincha	n/a
Ciudad:	Quito	n/a
Densidad:	Zona Urbana de Quito	Cualquier parte del mundo
Psicográficas		
Clase social:	Media – Alta	Media – Alta
Conductuales		
Frecuencia de compra	Ocasional	Ocasional
Beneficio buscado	Recreación	Turismo
Demográficas		
Edad:	De 15 a 65 años	De 15 a 80 años
Sexo	Masculino y femenino	Masculino y femenino
Ingresos:	Mayores a US\$500	Mayores a US\$1000,00
Educación:	Desde secundaria	Desde secundaria
Religión:	Católica	n/a

Elaborado por: La autora

2.7. Demanda Actual

2.7.1. Demanda de turistas nacionales

Para calcular la demanda de turistas nacionales se tomó como base la población urbana total de la ciudad de Quito y se restó la Población Económicamente Inactiva (PEI) y la población menor de 10 años para obtener la demanda potencial; a esta última se le restó la población desocupada y la menor de 18 años ya que no podrían pagar por el servicio de forma directa como resultado se tiene la Demanda esperada. A la demanda esperada se le rebajó el porcentaje de la población que no cumple con la segmentación de mercado en cuanto a ingresos para conseguir la demanda real. A la demanda real se le descontó el 10% puesto que dicho porcentaje respondió a la encuesta aplicada que no compraría el servicio ofertado en este proyecto.

Cuadro No. 54

Determinación de la Demanda de Turistas Nacionales para el Proyecto Año: 2011	
	personas
Población total Quito Urbano	1.716.074
(-) Población Económicamente Inactiva (PEI) y menores de 10 años	823.716
(=) Población Económicamente Activa (PEA)	892.358
(-) Población desocupada y menor de 18 años	69.255
(=) Demanda esperada	823.103
(-) No cumplen con características del segmento de mercado	386.858
(=) Demanda real	436.245
(-) No quieren comprar (10% Demanda real)	43.624
(=) Demanda efectiva	392.620

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

2.7.2. Demanda de turistas internacionales

En el caso de los turistas internacionales se consideró como base el número proyectado de extranjeros que llegarán a Quito durante el 2011 y se le restó el número de viajeros que llegaron sin especificar el motivo de llegada, el resultado sería la demanda potencial. A la demanda potencial se le restó el número de extranjeros que llegaron a Quito por motivos diferentes al turismo como son negocios, eventos y estudios, como consecuencia se alcanza la demanda esperada.

Asimismo a la demanda esperada se le resta el porcentaje de extranjeros que no cumplen con las características del segmento del mercado que equivale al 69%, su efecto la demanda real. Finalmente a la demanda real se le descuenta el 18%, porcentaje de personas que respondieron que no les gustaría tomar un tour en chiva y se consigue la demanda efectiva.

Cuadro No. 55

Determinación de la Demanda de Turistas Extranjeros para el Proyecto Año 2011	
	personas
Extranjeros en Quito	1.328.270
(-) Extranjeros que llegan sin especificar motivo de viaje	282.350
(=) Extranjeros que llegan por turismo, negocios, eventos y estudios	1.045.920
(-) Extranjeros que llegan por negocios, eventos y estudios	35.856
(=) Demanda esperada	1.010.064
(-) No cumplen con características del segmento de mercado	696.944
(=) Demanda real	313.120
(-) No quieren comprar (18% Demanda real)	56.362
(=) Demanda efectiva	256.758

Elaborado por: La autora

2.8. Demanda Futura

Las proyecciones fueron calculadas por el método de regresión lineal porque se utiliza los datos históricos anuales presentados por el INEC en cuanto a población.

2.8.1. Demanda Futura turistas Nacionales

En el caso de los turistas nacionales se tomó como base la proyección de población al 2010 realizada por el INEC en 2001 y se proyectó al 2011, 2012, 2013, 2014, 2015 y 2016. Después se calculó el porcentaje que representa la demanda efectiva actual sobre la población urbana de Quito, a continuación los resultados:

Cuadro No. 56

Proyección demanda turistas nacionales (cifras en personas)			
Año	Proyección Quito Urbano	% Demanda Efectiva	Demanda Efectiva
2012	1.732.920	23%	396.474
2013	1.749.766	23%	400.329
2014	1.766.612	23%	404.183
2015	1.783.458	23%	408.037
2016	1.800.304	23%	411.891

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

2.8.2. Demanda Futura turistas Extranjeros

En cambio para el cálculo de la demanda de los turistas extranjeros se tomó como base los datos de históricos de los extranjeros que llegaron a Quito proyectándolos desde 2010 hasta el 2016. Posteriormente se obtiene el porcentaje de la demanda efectiva en relación a los extranjeros que llegan a Quito; seguidamente los resultados:

Cuadro No. 57

Proyección demanda turistas extranjeros (personas)			
Año	Proyección Extranjeros	Porcentaje Demanda	Demanda Efectiva
2012	1.393.302	20,66%	287.856
2013	1.458.333	20,66%	301.292
2014	1.523.364	20,66%	314.727
2015	1.588.396	20,66%	328.163
2016	1.653.427	20,66%	341.598

Fuente: INEC

Elaborado por: La autora

La demanda efectiva total del servicio en cuanto a turistas nacionales y extranjeros sería:

Cuadro No. 58

Demanda Total Proyectada (personas)			
Año	Turistas Nacionales	Turistas Extranjeros	Demanda Efectiva Proyectada Total
2012	396.474	287.856	684.331
2013	396.474	301.292	697.766
2014	396.474	314.727	711.201
2015	396.474	328.163	724.637
2016	396.474	341.598	738.072

Elaborado por: La autora

2.9. La oferta

2.9.1. Estructura del mercado

Es importante comprender el funcionamiento del mercado puesto que será la base para establecer los parámetros de segmentación y comercialización de tal forma que se alcance la maximización de utilidades.

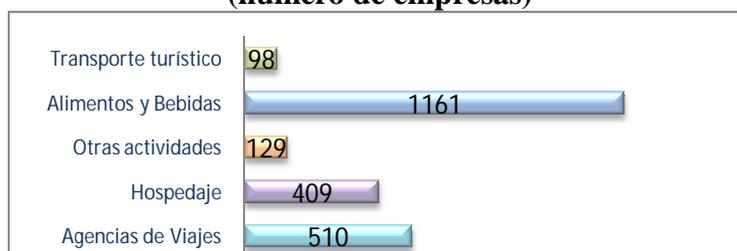
En el caso del presente proyecto el régimen del mercado es la competencia monopolística puesto que hay muchos vendedores que producen bienes diferenciados pero ninguno tiene una cuota de mercado.

“cuando un gran número de vendedores produce bienes diferenciados. Se parece a la competencia perfecta en la que hay muchos vendedores y ninguno tiene una cuota de mercado. La diferencia radica en que los productos que venden no son idénticos, es decir, son diferenciados por algunas variables como tamaño, rendimiento, ahorro, seguridad. Por ejemplo las estaciones de servicio, computadoras de marca y compatibles⁶⁵.”

2.9.2. Oferta Actual

La Cámara de Turismo de Pichincha (CAPTUR) expone en su página web que hay 510 agencias de viajes afiliadas, 98 empresas de transporte turístico, 1161 empresas de alimentos y bebidas, 409 empresas de hospedajes y 129 empresas que no especifican su actividad exacta.

Gráfico No. 48
Pichincha: Afiliados a CAPTUR en el 2009
(número de empresas)



Fuente: CAPTUR
Elaborado por: La autora

⁶⁵ DIECKOW, Liliana María. Turismo. Un abordaje micro y macroeconómico. 2010. <http://www.eumed.net/libros/2010b/678/indice.htm>

Las agencias de viaje pueden representar competencia o aliado según el caso. Por ejemplo los tours planificados por una agencia de viaje se convierten en un servicio sustituto. En cambio puede ser un aliado si las agencias contratan a esta empresa para prestar el servicio.

El servicio que se oferta en el presente proyecto no tiene competencia directa, sin embargo se ha considerado como competencia potencial las empresas de transporte turístico y las empresas que alquilan chivas. De igual manera existen empresas específicas que prestan el servicio de recorridos a pie por el Centro Histórico.

El Ministerio de Turismo en su boletín anual turístico de 2008 indica que hay 99 compañías de transporte internacional de itinerario regular, en estas empresas están las aerolíneas y empresas de transporte terrestre. En cuanto a los vehículos, se refiere al alquiler de unidades y a la prestación del servicio de transporte como son los taxis.

Cuadro No. 59

Capacidad Transporte Turístico Terrestre en Pichincha			
Año: 2008			
	Servicio internacional de Itinerario Regular	Alquiler de Automóviles por vehículo	Total
Compañías	99	19	118
Vehículos	690	235	925
Asientos	14.101	940	15.041
Asientos por año	5'076.360	338.400	

Fuente: Boletín de Estadísticas Turísticas 2004-2008, Ministerio de Turismo

Elaborado por: La autora

Hay disponibles **338.400** asientos para los turistas nacionales y extranjeros. Lo más probable es que este transporte sea utilizado para movilizar a turistas extranjeros en su mayoría.

De igual manera dichas empresas emplearon 717 personas de las cuales la mayoría son hombres.

Cuadro No. 60

Personal Ocupado por las Empresas de Transporte Turístico en Pichincha en 2008 (cifras en personas)		
HOMBRES	MUJERES	TOTAL
542	175	717

Fuente: Boletín de Estadísticas Turísticas 2004-2008, Ministerio de Turismo

Elaborado por: La autora

En el caso de las chivas, hay cuatro empresas que operan en Quito a lo largo del año ofreciendo el servicio de transporte y farra para cualquier tipo de evento. Dichas empresas ofrecen recorridos, pero no son guiados.

Cuadro No. 61

Capacidad Instalada empresas con vehículos conocidos como chivas Año: 2008		
Empresa	Unidades	capacidad por unidad
La chiva colorada	3	40
La Chiva de mi pueblo	6	45
Chiva Quiteña	1	45
Queen Elizabeth	1	50
Total	11	

Fuente: EMMOP

Elaborado por: La autora

Si se estima que cada unidad hace por lo menos una vuelta diaria, los resultados serían los siguientes:

Cuadro No. 62

Capacidad Instalada empresas que tienen chivas					
Empresa	Unidades	Capacidad por unidad	Capacidad una vuelta por día	Capacidad vuelta por semana (3 d)	Capacidad anual
La chiva colorada	3	40	120	360	6240
La Chiva de mi pueblo	6	45	270	810	14040
Chiva Quiteña	1	45	45	135	2340
Queen Elizabeth	1	50	50	150	2600
Total	11	180	485	1455	25220

Elaborado por: La autora

La capacidad anual de las chivas de la competencia sería para 25.220 personas

Las carrozas son otro tipo de transporte que realiza recorridos por el Centro Histórico de Quito, son de propiedad del Hotel Plaza Grande ubicado en el Centro Histórico de Quito. La oferta de este servicio es limitada puesto que cuentan con dos carretas, así:

Cuadro No. 63

Carrozas en el Centro Histórico				
Capacidad	Cantidad	Precio	Duración	Horario
10 pax	1 carroza	Adultos 4,00	20 min.	Jueves, viernes y sábado. De 17h00 a 21h30
		Niños 2,00		
4 pax	2 carrozas	Adultos 4,00		
		Niños 2,00		

Elaborado por: La autora

La capacidad instalada de las carrozas del Centro Histórico es para 25.792 personas tomando en cuenta su capacidad instalada y el horario de atención.

Cuadro No. 64

Oferta Carrozas en el Centro Histórico			
Recorridos al día	Personas al día	Personas a la semana	Personas al año
9	90	270	14.040
9	72	226	11.752
Total anual			25.792

Elaborado por: La autora

La Empresa Metropolitana de Turismo del Municipio capitalino y la Fundación Quito Eterno ofertan por su cuenta recorridos guiados por el Centro Histórico. Sin embargo, los recorridos son específicos; y generalmente van desde la Plaza Grande hasta San Francisco.

Respecto a los recorridos a pie que oferta la Empresa Metropolitana de Turismo de Quito:

Cuadro No. 65

Recorridos a pie por el Centro Histórico ofertados por Quito Turismo				
Rutas:	Duración	PAX	Precio (US\$)	
Arte Colonial (9 puntos, 3 ingresos museos) Vida Cotidiana (11 puntos, 3 ingresos museos)	2,5 h	s/m	Adultos: Estudiantes, tercera edad, discapacitados:	15,00 7,50
Leyendas y Tradiciones	2,5 h	s/m	<i>Día</i> Adultos: Estudiantes, tercera edad y discapacitados: <i>Noche:</i> Adultos: Estudiantes, tercera edad y discapacitados:	6,00 3,00 8,00 4,00
Tour de Fachadas (11 puntos, no ingreso a museos)	2 h	8	<i>Día:</i> Adultos: Estudiantes, tercera edad y discapacitados: <i>Noche</i> Adultos: Estudiantes, tercera edad y discapacitados:	6,00 3,00 8,00 4,00
Tour de fachadas con transporte al lugar de inicio	2h	8	<i>Día o Noche</i> Adultos, estudiantes, tercera edad y discapacitados:	20,00

Fuente: Quito Turismo

Elaborado por: La autora

Los horarios de atención son en el día de 9 a 14h00 y en la noche de 18h00 a 21h00.

La Fundación Quito Eterno ofrece los siguientes tours:

Cuadro No. 66

Recorridos a pie por el Centro Histórico que ofrece Quito Eterno				
Rutas:	Duración	PAX mín.	Precio (US\$)	
Caminantes de Quito	1,5	15	Adultos	8,00
			Niños	6,00
Ruta Aventureros de Quito	2,5	15	Adultos	14,00
			Niños	11,00
Ruta Aventureros de Quito 2	2,5	20	Adultos	18,00
			Niños	15,00

Fuente: Quito Turismo

Elaborado por: La autora

Los recorridos de la Fundación Quito eterno salen a las 19h00.

En resumen, la oferta estimada de tours guiados por el Centro Histórico es de 62.640 espacios.

Cuadro No. 67

Oferta Estimada tours guiados a pie		
Empresa	Personas atendidas	
	al día	al año
Quito Eterno	50	18000
Quito Turismo	64	23040
Quito Turismo (s/m)	60	21600
Total	174	62.640

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 68

Oferta estimada competencia indirecta (personas)		
Tipo	pax	Observación
Transporte turístico	15041	Capacidad de transporte en general no específica si es aerolínea o transporte terrestre
Transporte chivas	25220	Capacidad máxima
Carrozas	25792	Capacidad máxima
Tours a pie	62640	Capacidad máxima
Total	113652	no se considera transporte turístico

Elaborado por: La autora

El transporte turístico no puede ser evaluado como competencia puesto que las empresas existentes en Pichincha prestan el servicio a nivel nacional y no existen datos exactos de cuántos buses prestan el servicio a extranjeros en la ciudad de Quito. Además según Quito Turismo debido a regulaciones específicas a las empresas de transporte que indica que solo las personas jurídicas podrán prestar el servicio de transporte turístico, por lo tanto legalmente la oferta disminuyó. Se espera que en el 2011 se regularicen.

Por lo tanto la oferta actual estimada es de **113.652** espacios para ofrecer tours. Sin embargo, no se puede olvidar que el transporte en chivas o tours a pie son productos sustitutos del servicio que se oferta en este proyecto.

2.9.3. Proyección de la Oferta

Quito Turismo registra un incremento del 10%, entre el 2009 y el 2010, respecto a los recorridos a pie que realizan las diferentes empresas que ofertan tours por el Centro Histórico, a continuación se toma como base la capacidad instalada para 113.652 personas de la oferta y se proyecta a cinco años.

Cuadro No. 69

Proyección oferta tours a pie (personas)		
Año	Oferta	Oferta Proyectada
2011	113.652	
2012		125.017
2013		137.519
2014		151.271
2015		166.398
2016		183.038

Elaborado por: La autora

2.10. La demanda insatisfecha

Tomando en cuenta la demanda proyectada como la oferta proyectada, se obtiene la diferencia que da como resultado la demanda insatisfecha que podría ser cubierta por el servicio que se oferta:

Cuadro No. 70
Demanda Insatisfecha
(cifras en personas)

Año	Demanda Efectiva Proyectada	Oferta Indirecta Proyectada	Demanda Insatisfecha
2012	684.331	125.017	559.314
2013	697.766	137.519	560.247
2014	711.201	151.271	559.930
2015	724.637	166.398	558.239
2016	738.072	183.038	555.034

Elaborado por: La autora

Oferta proyectada de productos sustitutos no abastece la demanda, por lo tanto hay un amplio mercado que cubrir.

2.11. Demanda que será captada en el proyecto

Se prevé iniciar actividades con dos chivas, cada una recorrerá 6 veces el Centro Histórico, cada recorrido durará 90 minutos. El tiempo de los recorridos no incluye las paradas solicitadas y hechas por el turista como visitas a museos entre otras. La capacidad instalada de cada chiva es para movilizar a 30 personas; por lo tanto la capacidad instalada será para 86.400 personas.

Cuadro No. 71

Datos específicos de las chivas	
Duración recorridos:	90 minutos
Cantidad de recorridos:	6 Vueltas diarias
Pasajeros por recorrido:	30 PAX máximo p/chiva PAX promedio 15 p/chiva
Edad tope permitida funcionamiento vehículos:	10 años
Vida útil de un bus:	5 años
Pasajeros por día:	180 pasajeros c/chiva
CAPACIDAD MÁXIMA 2 CHIVAS	
Cantidad de recorridos:	12 vueltas / día
PAX por día	360 pasajeros
PAX por semana (5 días)	1.800 pasajeros
PAX por mes	7.200 pasajeros
PAX por año	86.400 pasajeros

Elaborado por: La autora

La capacidad instalada con dos chivas es para 86.400 personas por año, se ha planteado utilizar dicha capacidad paulatinamente incrementando el uso de la capacidad en un 12.5% cada año

A continuación se presenta un cálculo de la demanda que se planea cubrir en el presente proyecto:

Cuadro No. 72

Demanda cubierta por el proyecto (personas)				
Año	Oportunidad de Mercado	Capacidad instalada	% de utilización	Demanda cubierta
2012	559.314	86400	50,0%	43.200
2013	560.247	86400	62,5%	54.000
2014	559.930	86400	75,0%	64.800
2015	558.239	86400	87,5%	75.600
2016	555.034	86400	100,0%	86.400

Elaborado por: La autora

En el cuadro 72 se explica que se iniciará las operaciones con el 50% de la capacidad instalada, es decir 15 personas porque la capacidad instalada es para 30 personas.

CAPÍTULO III

PLAN DE MERCADEO

3.1. Objetivo

El objetivo del Plan de Mercadeo es definir los parámetros específicos del servicio y las estrategias de comercialización del mismo con el fin de atraer clientes y hacer el proyecto sostenible.

Primero se hará un análisis del proyecto en base a la matriz FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) que permite analizar la situación del proyecto de manera interna y externa: las fortalezas y debilidades se refieren a las cosas que podemos manejar; las oportunidades y amenazas se refiere a las cosas externas, en este caso no se las puede controlar pero se puede tomar acciones para contrarrestarlas.

3.2. Análisis FODA

3.2.1. Fortalezas

- Ventaja comparativa del proyecto frente a las empresas de turismo que ofertan por separado los tours y el transporte de turistas;
- Acogida del producto por parte de los turistas nacionales (90%) y extranjeros (56%).
- Las personas pueden utilizar el servicio a cualquier hora del día y no se necesita llenar un cupo mínimo para salir a las horas establecidas.

3.2.2. Oportunidades

- La población es mejor educada y formada con un número de profesionales que aumenta cada día;
- Mejoramiento y mantenimiento del Centro Histórico de Quito;
- Combustible subsidiado;
- Incentivos para la creación de empresas turísticas como la exoneración de impuestos, financiamiento directo, entre otros.
- Quito es la capital Iberoamericana de la Cultura por lo tanto el Centro Histórico de Quito es un punto turístico.

3.2.3. Debilidades

- Oferta existente de productos sustitutos podría igualar el servicio;
- A algunas personas no les gusta las chivas porque piensa que son populares y que solo se las utiliza para divertirse;
- Incremento de la demanda.

3.2.4. Amenazas

- Cambios demográficos por la migración de la población al sector urbano;
- Cambios en las leyes reguladoras de las empresas de turismo;
- Crisis externas como la recesión económica de Estados Unidos;
- Inestabilidad gubernamental y política del país.
- La competencia indirecta puede convertirse en competencia directa

3.3. Descripción específica del servicio

El nombre del servicio será *Caminos de la Ciudad del Sol* y su recorrido irá por las siguientes calles:

Cuadro No. 73

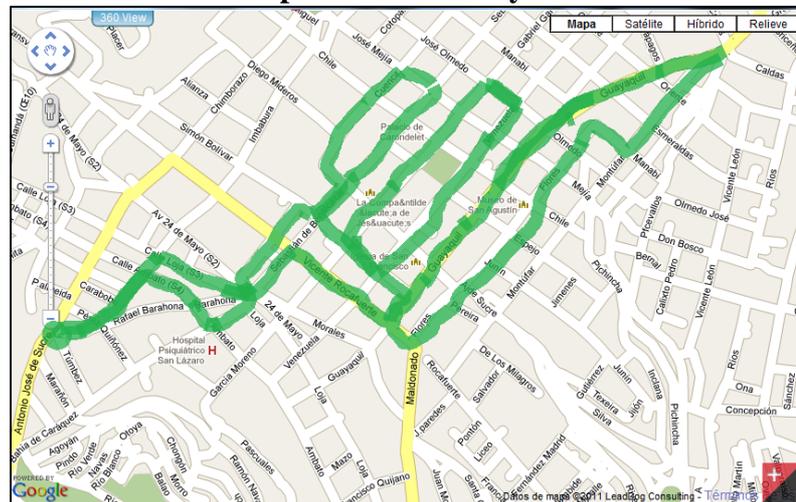
RECORRIDO A TOMAR MIENTRAS SE PRESTA EL SERVICIO		
DESDE	HASTA	METROS
Guayaquil y Galápagos	Rocafuerte y Guayaquil	980
Rocafuerte y Guayaquil	Benalcázar y Rocafuerte	320
Benalcázar y Rocafuerte	Benalcázar y Juan de Dios Morales	140
Benalcázar y Juan de Dios Morales	Bahía de Caráquez y Loja	30
Bahía de Caráquez y Loja	Loja e Imbabura	260
Loja e Imbabura	Imbabura y Chimborazo	380
Imbabura y Chimborazo	Ambato y Barahona	390
Ambato y Barahona	Ambato y Bahía de Caráquez	70
Ambato y Bahía de Caráquez	Bahía de Caráquez y Loja	120
Bahía de Caráquez y Loja	Loja y 24 de Mayo	100
Loja y 24 de Mayo	Cuenca y Bolívar	340
Cuenca y Bolívar	Benalcázar y Bolívar	70
Benalcázar y Bolívar	Sucre y Benalcázar	120
Sucre y Benalcázar	Sucre y Cuenca	80
Sucre y Cuenca	Cuenca y Mejía	320
Cuenca y Mejía	Mejía y Benalcázar	100
Mejía y Benalcázar	Benalcázar y Bolívar	440
Benalcázar y Bolívar	Bolívar y Venezuela	210
Bolívar y Venezuela	Venezuela y Olmedo	550
Venezuela y Olmedo	Olmedo y García Moreno	90
Olmedo y García Moreno	García Moreno y Bolívar	550
García Moreno y Bolívar	Bolívar y Juan José Flores	280
Bolívar y Juan José Flores	Juan José Flores y Mejía	490
Juan José Flores y Mejía	Montúfar y Mejía	110
Montúfar y Mejía	Caldas y 10 de Agosto	490
		7030 m
		7,03 Km

Elaborado por: La autora

Se calcula que el recorrido dura 90 minutos solo explicando cada uno de los edificios reconocidos del Centro Histórico; no se ha considerado el tiempo que los turistas demorarían visitando los lugares seleccionados por ellos. Cabe destacar que la chiva únicamente le dejará al turista en el lugar que desee visitar, donde nuestros aliados, que será personal de los lugares turísticos como museos, iglesias y plazas, los

recibirán y ellos explicarán a los turistas; al terminar el recorrido del sitio, personal del lugar acompañará o guiará al turista a tomar otra chiva para continuar con el recorrido o simplemente retornar a la Estación.

Gráfico No. 49
Mapa recorrido Proyecto



Fuente: Google
Elaborado por: La autora

Las paradas específicas estarán ubicadas en:

- a. Plaza del Teatro
- b. Plaza de San Agustín
- c. Santo Domingo
- d. Plaza de Santa Clara (en construcción)
- e. San Diego
- f. Av. 24 de Mayo
- g. San Francisco
- h. La Merced
- i. Colegio la Providencia y Vicepresidencia de la República
- j. Museo de Sucre
- k. Plaza Grande
- l. Iglesia Compañía de Jesús
- m. Museo Ma. Augusta Urrutia
- n. Santa Catalina
- o. San Blas

Con el fin de dar una introducción más acertada sobre los lugares del recorrido se les solicitará a los propietarios o administradores de las antiguas edificaciones información relevante para agregar a la información que se tiene y resumir una introducción que despierte el interés de los turistas.

El proyecto no solo generaría ingresos para esta empresa sino también para los lugares turísticos del sector, incluyendo a los diferentes negocios pequeños, pues los turistas se querrán servirse algún bocado, comprar algún recuerdo o simplemente descansar.

3.3.1. Isotipo

Como sello se utilizará la cúpula de La Catedral de la ciudad para el servicio de tours pues es uno de los emblemas más importantes del Centro Histórico y representa el catolicismo de la mayoría de sus habitantes.



3.3.2. Eslogan

El eslogan busca representar el objetivo principal del proyecto que es dar a conocer la ciudad de una manera profunda con detalles que no todos sabemos.

Conociendo a Quito a profundidad

3.3.3. Logotipo



3.4. Planes de venta

3.4.1. Descripción del método a emplear en el cálculo del precio

En el presente proyecto se busca fijar el precio con base en la competencia, sin olvidar el costo de producción del servicio y el precio que los servicios sustitutos aplican, diferenciando tarifas para turistas nacionales e internacionales, como los subsidios para ancianos, niños y personas con discapacidad.

Los precios existentes en el mercado determinan que un corto recorrido por el Centro Histórico de Quito tiene un precio entre 6 y 20 dólares; dichos recorridos son a pie. En cuanto al transporte lo usan generalmente grupos turistas extranjeros.

Para el cálculo del precio se promedió los precios existentes en el mercado: 6, 8, 11, 14, 15, 18 y 20 (dólares), que sumados resulta 92 y un promedio de US\$ 13,14. Sin embargo en atención al precio más bajo del mercado que es 6 dólares, conviene cobrar un precio de US\$5,00 por pax.

Los precios subsidiados se aplican para tercera edad, niños y personas con discapacidad previa la presentación de su carnet, aunque en algunos casos lo último es innecesario. Este subsidio consiste en descontar el 50% de la tarifa.

El target es grande, pero lo que limita a los potenciales clientes es el precio; la mayoría de los servicios turísticos son muy caros y en algunos casos la calidad es deficiente.

En conclusión la estrategia de posicionamiento será el precio y la calidad, es decir calidad a buen precio.

3.4.2. Condiciones de venta

Los usuarios tendrán tres formas para comprar los boletos:

- a. Vía Internet: el usuario podría comprar sus boletos directamente a través de la web www.caminosciudadsol.com, ó www.quito.com.ec y pagar con tarjeta de crédito;
- b. Vía telefónica: con una llamada pueden reservar y pagar con tarjeta de crédito, transferencia o depósito;
- c. Estación o paradas específicas: en este caso la venta del boleto estará sujeta a la disponibilidad de espacios.
- d. Terceras personas como operadoras de turismo, agencias de viajes, dichas empresas podrán vender los boletos previa la firma de acuerdos como parte de las alianzas estratégicas para el proyecto; en este caso las empresas tendrán crédito directo con pagos mensuales.

Los descuentos serán aplicados para turistas nacionales:

- 50% de descuento para niños, personas de la tercera edad y con discapacidad.
- 2 x 1: 2 niños con un boleto.
- 25% de descuento para grupos familiares con más de 4 miembros.

Vigencia del boleto:

- Los boletos tendrán vigencia de 72 horas desde el momento que utiliza el boleto tomando el servicio en cualquiera de las paradas. Esta disposición estará sujeta a espacios, cabe destacar que las chivas pasarán cada hora.

3.4.3. Servicio de postventa

Dependiendo la vía por la que el usuario compró el boleto se hará un seguimiento a través de la calificación del servicio: enviando emails, realizando llamadas telefónicas o calificación al azar en el momento que termine el tour con el fin de mejorar el servicio.

3.5. Diseño de las estrategias de la mezcla de mercadeo

3.5.1. Estrategia de producto

Presentar el servicio promoviendo la satisfacción de la necesidad de conocer el Centro Histórico brevemente y ubicar los puntos específicos que se desea conocer, al crear un recorrido en chivas explicando la trayectoria de cada uno de los edificios que hay en el sitio se motiva al turista para que conozca profundamente los sitios turísticos de capital, dando a conocer incluso lugares que no son tan recordados mundialmente. Por lo tanto la estrategia de posicionamiento del servicio será mostrar su beneficio con su eslogan *conociendo Quito a profundidad.*

3.5.2. Estrategia de precio

La estrategia es aplicar menor costo sobre la competencia con mayor calidad aprovechando la ventaja comparativa. Se aplicará la política de un solo precio para turistas nacionales y extranjeros, aunque los subsidios sólo se aplicarán a turistas nacionales. No obstante cuando los clientes compren los boletos en otras agencias correrá por su cuenta el costo de emisión del boleto.

3.5.3. Estrategia de Comunicación

La principal estrategia de comunicación será la publicidad vía Internet, la página web del negocio sería www.caminosciudadesol.com explicando el servicio y las formas de utilizar el servicio. Se crearía banners publicitarios en páginas electrónicas como: www.quito.com.ec de la Empresa de Turismo de Quito; www.travelecuador.com, página internacional que es intermediario para la compra de pasajes, reservaciones de hoteles y otros. Envío de información vía electrónica pagando a Interactive el envío de publicidad a sus bases de datos. La publicidad por Internet es aplicada en base a la respuesta de los turistas nacionales y extranjeros quienes dijeron informarse mayormente por esta vía.

Otra forma de publicitar el servicio sería imprimir volantes y afiches que se entregará en los locales del Centro Histórico, agencias de viajes, operadoras de turismo, aerolíneas, aeropuerto, restaurantes, centros comerciales y puntos turísticos reconocidos como la Mitad del Mundo, La Mariscal, El teleférico. También se los entregará en aeropuertos, cámaras de turismo, empresas públicas de turismo y puntos

turísticos de las principales ciudades del país como Cuenca, Guayaquil, Manta, Salinas, Atacames, entre otras.

Asimismo se busca entregar los volantes y afiches en agencias a nivel internacional, incluso se pautaría en la Revista National Geographic Traveler.



Caminos de la Ciudad del Sol

Tours en chivas por el Centro Histórico de Quito

Conociendo Quito a profundidad

En dos horas habrás reconocido los principales lugares del Centro Histórico de Quito y podrás decidir qué conocer más a fondo.

El boleto puede ser utilizado por 72 horas a partir del primer viaje*.



Dirección estación:
Caldas y Av. 10 de Agosto,
Plaza de San Blas

Horarios: martes a sábado
De 10h00 a 20h00
6 recorridos diarios

Reservaciones:
000 0000 – 000 0000
098 - 000 000
www.caminosciudadsol.com

*Aplican restricciones

Para el lanzamiento se enviará un boletín de prensa, invitaciones a autoridades y se otorgaría cortesías a diferentes empresas de turismo como agencias de viaje, aerolíneas y restaurantes. De igual forma se invitará a empresas que ofertan servicios turísticos a hacer reportajes sobre el servicio.

Las promociones por lanzamiento serán:

- 2x1: 2 niños con un boleto
- Familiar: pagan entrada dos adultos e ingresa un niño gratis
- 5% de descuento a grupos de 5 personas (Familia)
- 10% de descuento grupos de 10 personas

Ampliar la publicidad a nivel nacional para que todos los turistas ecuatorianos conozcan el servicio y lo utilicen cuando lleguen a Quito utilizando los métodos anteriores más las pautas por radio y televisión a futuro.

Se buscará firmar convenios con empresas que tienen chivas para el caso de necesitar cubrir sobredemanda del servicio.

Suscribir alianzas estratégicas con las administraciones de los museos, iglesias, conventos y otros sitios que sean de interés para los turistas de tal forma que ellos expliquen mejor la información de cada uno de los sitios a su cargo.

3.5.4. Estrategia de distribución

En el caso de servicios no hay estrategias de distribución directas puesto que el servicio se lo recibe en el momento. Sin embargo se aclara el punto de operaciones de la empresa.

El lugar donde se ubicará la estación en la Plaza de San Blas, ahí se venderá directamente los boletos, se receptorán reservaciones por teléfono e Internet. Se ubicará un punto de venta en el aeropuerto internacional de Quito, en la Mariscal y la Mitad del Mundo. Las agencias de viajes que se alíen también podrán vender boletos, pero como se aclara en la estrategia de precios el costo de emisión en estos últimos será por cuenta del cliente.

3.5.5. Estrategias Básicas de Competencia

La estrategia que se aplicará para incursionar en el mercado será la estrategia de diferenciación pues no existe un servicio igual.

Sin embargo, la oferta actual podría convertirse en competencia directa a mediano plazo ya que podrían crear un servicio igual. Por lo tanto se aplicará rigurosamente la estrategia de liderazgo en costos disminuyendo los costos y aumentando ofertas.

3.6. Presupuesto de publicidad

Cuadro No. 74

Presupuesto Anual Publicidad (cifras en dólares)		
Descripción	Cantidad	Total
Afiches	2000	\$ 380,00
Volantes	5000	\$ 100,00
Creación Página web	1	\$ 500,00
Mantenimiento anual página web	1	\$ 1.500,00
Email y web	1	\$ 25,00
Rotulo Local	1	\$ 60,00
Invitaciones y cortesías	500	\$ 50,00
Total		\$ 2.615,00

Elaborado por: La autora

CAPITULO IV

ESTUDIO TÉCNICO

4.1. Objetivo del Estudio Técnico

Determinar el lugar donde se prestará el servicio de tours en chivas, así como el proceso y los recursos necesarios para su desarrollo: físicos, humanos, financieros, entre otros.

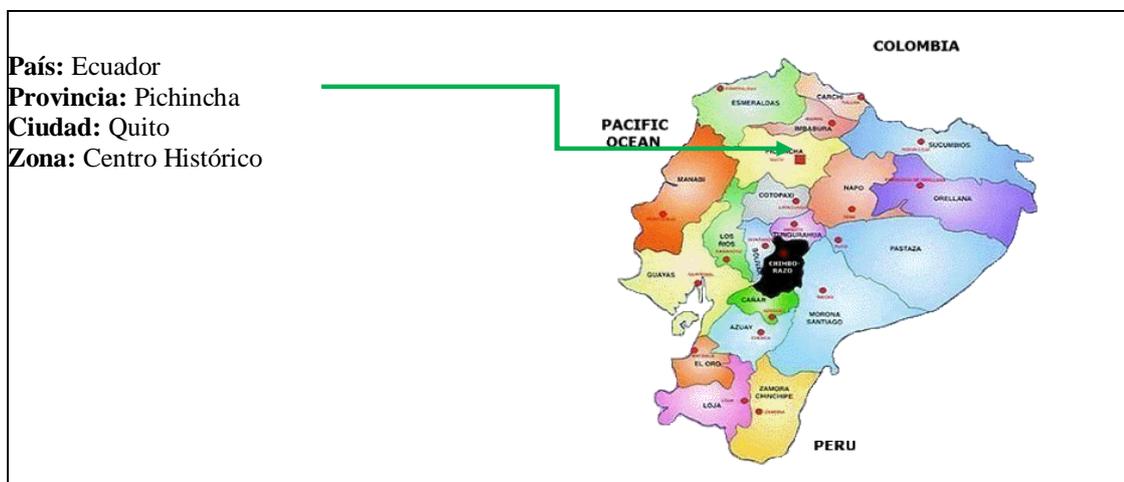
4.2. Localización

La determinación del lugar donde se ubicará la estación es clave para el éxito del proyecto, por lo que se realizará un análisis desde el punto de vista de la macro y microlocalización.

4.2.1. Macrolocalización

La macrolocalización permite determinar el país o región donde se desarrollará el proyecto; consiguientemente por su razón de ser el proyecto se desarrollará en:

Gráfico No. 50
Macrolocalización del proyecto



Elaborado por: La autora

- Quito fue declarada Patrimonio Cultural de la Humanidad por la Unesco, especialmente por su Centro Histórico convirtiéndose en un lugar turístico.
- La política de subsidio a los combustibles, por parte del gobierno del Ecuador, beneficia al proyecto por la disminución de costos.

4.2.2. Microlocalización

La microlocalización busca seleccionar el mejor lugar donde se ubicará la parada de las chivas del presente proyecto.

Para especificar la localización adecuada de la estación se aplicó el método cualitativo del profesor Sapag Chain descrito en su libro “Preparación y Evaluación de Proyectos”, que se basa en asignar factores cuantitativos a una serie de aspectos relevantes para la localización y luego se compara diferentes lugares, aplicando el siguiente procedimiento⁶⁶:

1. Elaborar una lista de factores relevantes
2. Asignar un peso a cada factor para indicar su importancia relativa (los pesos deben sumar 1) y el peso asignado dependerá exclusivamente del criterio del investigador.
3. Asignar una escala común a cada factor (por ejemplo de 1 a 10) y elegir cualquier mínimo.
4. Calificar a cada sitio potencial de acuerdo con la escala designada y multiplicar la calificación por el peso.
5. Sumar la puntuación de cada sitio y elegir el de máxima puntuación.

⁶⁶ MENESES ALVAREZ, Edilberto. *Preparación y evaluación de proyectos*. Quito. 2004

Cuadro No. 75

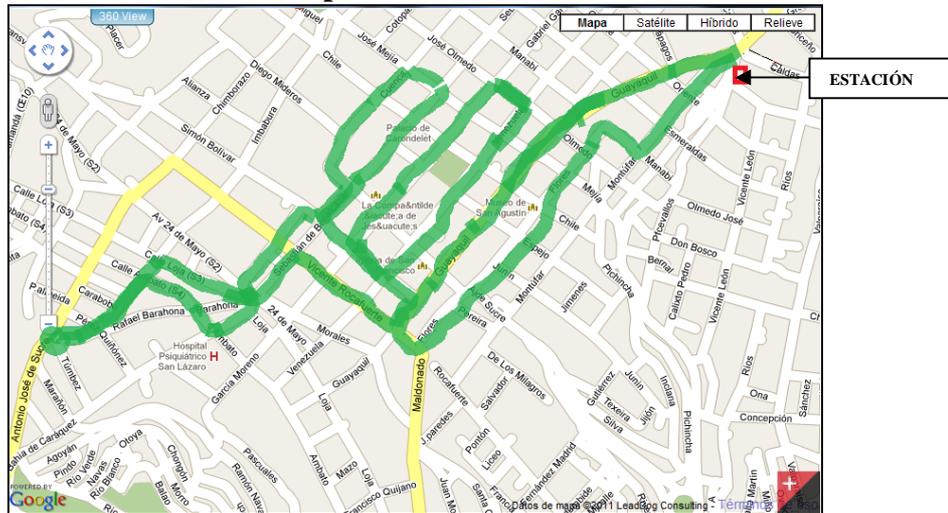
Localización de la Estación en Quito Método Cualitativo por Puntos							
FACTOR RELEVANTE	PESO ASIGNADO	PLAZA DE SAN BLAS		TRIBUNAL DEL SUR		PARQUE LA CAROLINA	
		Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada	Calificación	Calificación Ponderada
Espacio físico para personas	0,19	10	1,9	9	1,71	10	1,9
Espacio físico para autos	0,15	9	1,35	8	1,2	9	1,35
Lugar central	0,17	10	1,7	7	1,19	8	1,36
Suministro de combustible	0,19	10	1,9	10	1,9	10	1,9
Cercanía al CHQ	0,17	10	1,7	8	1,36	8	1,36
Cercanía a la oferta hotelera	0,13	9	1,17	8	1,04	9	1,17
Total	1,00		9,72		8,40		9,04

Elaborado por: La autora

De acuerdo con el resultado la localización óptima para la estación es la Plaza de San Blas puesto que se encuentra a la entrada del Centro Histórico de Quito, existe espacio suficiente para las personas. Así mismo hay parqueadero cerrado para las personas que probablemente lleguen en auto. La estación de combustible está a 5 cuadras.

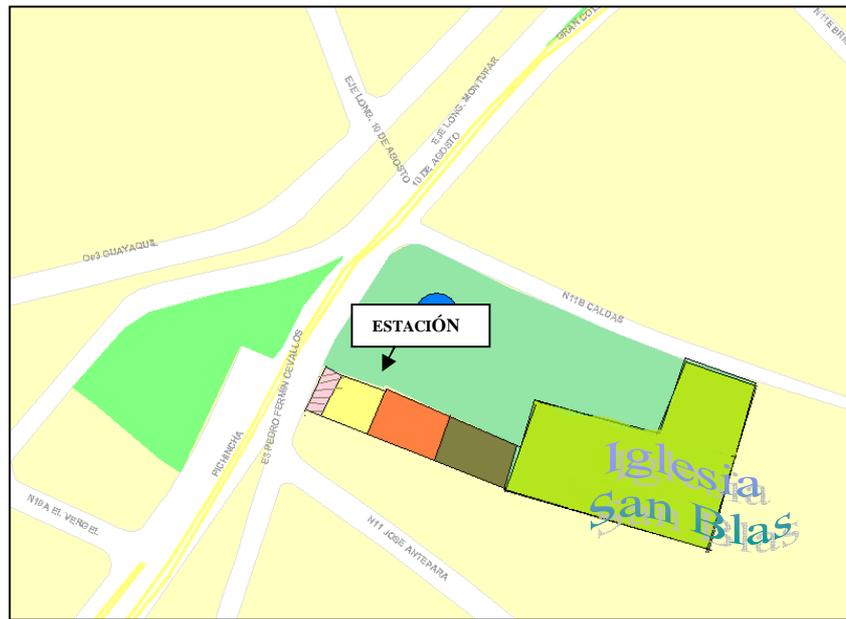
Gráfico No. 51
Ubicación de la Estación

Mapa del Recorrido



Elaborado por: La autora

Croquis ubicación exacta de la Estación



Elaborado por: La autora

Plaza de San Blas - Quito



La distribución física de la oficina será de la siguiente manera:

Gráfico No. 52
Distribución física de la oficina



Elaborado por: La autora

4.3. Capacidad instalada del servicio

En base a la demanda que se desea cubrir con el proyecto se hace las estimaciones de la capacidad instalada de la empresa:

Cuadro No. 72				
Demanda cubierta por el proyecto				
(personas)				
Año	Oportunidad de Mercado	Capacidad instalada	% de utilización	Demanda cubierta
2012	559.314	86400	50,0%	43.200
2013	560.247	86400	62,5%	54.000
2014	559.930	86400	75,0%	64.800
2015	558.239	86400	87,5%	75.600
2016	555.034	86400	100,0%	86.400

Unidad de Producción: PER PAX (por persona)
Capacidad Instalada por chiva: 30 personas
Capacidad Utilizada por chiva: 15 personas

Cuadro No. 76

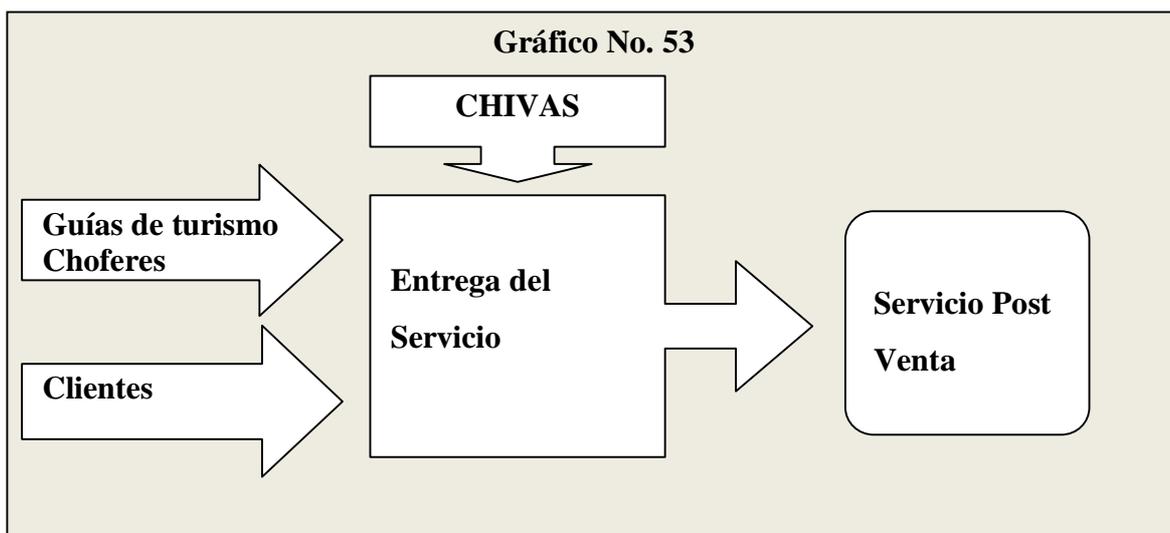
Capacidad Instalada y Utilizada del Proyecto					
CRITERIO	CAPACIDAD UTILIZADA		CAPACIDAD INSTALADA		
	1 CHIVA	2 CHIVAS	1 CHIVA	2 CHIVAS	
Cantidad de recorridos:	6	12	6	12	vueltas / día
Capacidad utilizada por día	90	180	180	360	pasajeros
Capacidad utilizada por semana (5 días)	450	900	900	1800	pasajeros
Capacidad utilizada por mes	1800	3600	3600	7200	pasajeros
Capacidad utilizada por año	21600	43200	43200	86400	pasajeros

Elaborado por: La autora

4.4. Ingeniería del Proyecto

La ingeniería del proyecto ayuda a reconocer los recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto; empero la naturaleza del mismo no exige la construcción de obra física para empezar a operar, así sólo se presupuestará lo necesario con el fin de disminuir la inversión.

4.4.1. Proceso Productivo



Elaborado por: La autora

4.4.2. Requerimiento de Inversiones

4.4.2.1. Vehículos - Chivas

Para la construcción de las chivas se requiere la adquisición de camiones, carrocerías, instalaciones de audio en las chivas.

Camiones: VOLKSWAGEN 9.150, modelo 2011

Especificaciones:

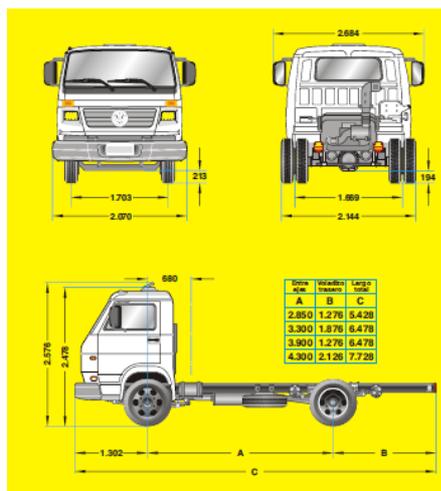
CHASIS CABINADO

Marca VOLKSWAGEN,

Modelo 9-150,

Capacidad de carga: 6.5 toneladas,

Fabricación brasileña



Para llenar el tanque de estos vehículos se requiere 37,5 galones los cuales sirven para recorres 800 km; se hizo la relación km por galón conociendo que el recorrido es de aproximadamente 8km, pero en caso de imprevistos se considera 10 km. Como resultado se determina que se requerirán anualmente 1.463 galones de diesel para cumplir con los recorridos de las dos chivas.

Cuadro No. 77

Requerimiento Combustible		
galones	km	galones
37,5	800	
	10	0,46875
CHIVAS	1	2
	galones	galones
1 recorrido	0,47	0,94
1 día	2,81	5,63
semana	14,06	28,13
mes	56,25	112,50
año	731,25	1.462,50

Elaborado por: La autora

El cambio de aceite se lo debe hacer cada semana y se necesita 2 galones de aceite, por lo tanto a la semana se utilizaría 4 galones para las dos chivas; anualmente se adquiriría 208 galones de aceite.

Cuadro No. 78

Requerimiento Cambio de Aceite (en galones)		
Cantidad chivas	1	2
semana	2	4
mes	8	16
año	104	208

Elaborado por: La autora

Las llantas deben ser cambiadas cada seis meses, cada vehículo requiere de 6 llantas, por lo tanto 12 llantas cada semestre, al año se requiere 24 llantas.

Cuadro No. 79

Requerimiento Cambio Llantas (llantas)		
Cantidad chivas	1	2
Semestral	6	12
Anual	12	24

Elaborado por: La autora

Los filtros deben ser cambiados cada semana, demanda tres por chiva, dos de combustible y uno de aceite, así al año se comprará 156 filtros para ambas chivas.

Cuadro No. 80

Requerimiento Cambio de Filtros (en unidades)		
Cantidad chivas	1	2
Semana	3	6
Mes	12	24
Año	156	312

Elaborado por: La autora

Las baterías serán cambiadas de forma semestral, cada chiva tiene dos baterías, en total se requerirá 8 baterías al año.

Cuadro No. 81

Requerimiento Cambio de Baterías (en unidades)		
Cantidad chivas	1	2
semestral	2	4
año	4	8

Elaborado por: La autora

Los halógenos se queman en promedio cada mes, por eso se hace necesario un cambio de los 4 halógenos cada mes, al año por las dos chivas se debe cambiar 96 halógenos.

Cuadro No. 82

Requerimiento Cambio de Halógenos (en unidades)		
Cantidad chivas	1	2
Mensual	4	8
año	48	96

Elaborado por: La autora

Como los neumáticos serán cambiados cada seis meses, se debe hacer un control del aire de las llantas debido al peso de la carrocería y a la actividad misma del vehículo. Estos controles deben ser bimensuales y en total por las dos chivas se harían 12 controles.

Cuadro No. 83

Requerimiento Control de Aire Neumáticos (en unidades)		
Cantidad chivas	1	2
Bimensual	1	2
Año	6	12

Elaborado por: La autora

- **Carrocería**

Medidas: 4.350 mm de largo, 2.200 mm de ancho y 1.800 mm de alto.

Bancas: 6 con espaldar tapizados en corosil con accesos laterales

Pisaderas para facilitar acceso a chiva, en tubo a los dos laterales

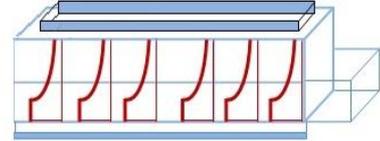
Recubrimiento en piso con moqueta de caucho

Cajón posterior de aprox. 900 mm

4 luces de salón, 4 cucuyas, 4 direccionales y 2 triángulos reflectivos en parte posterior

Pintura 1 color a su elección.

Distribución de instalaciones para parlantes y amplificación



- **Amplificación: SONY EXPLOD**

1100 watts

6 canales

Sonido estéreo



- **Parlantes: PIONEER**

Parlantes Pioneer

Ovalados 6x9

110 watts



- **Micrófonos inalámbricos: VHF850**

Uso continuo: 6 horas

Potencia del transmisor: 8,5 MW

Receptor, micrófono y sistema.



Gráfico No. 54
Diseño Final de la Chiva



Elaborado por: La autora

4.4.2.2. Equipos de computación

Se necesitará una computadora para emisión de boletos, manejo de reservaciones electrónicas y archivar información relevante para el manejo del proyecto.

- **Laptop: HP 1335LA**

Garantía: 12 meses.

Descripción: Tecnología Móvil Intel® Centrino™ - Intel® Pentium® M 740 (1.73 GHz 2 MB L2 cache, 533 MHz FSB)
512 MB DDR SDRAM 333MHz (2 x 256);
expandible a 2048MB (2 x 1024MB)
Disco Duro de 100GB (4200 rpm).



- **Impresora: Samsung SCX-4216F**

Marca: Samsung

Velocidad de impresión 17 ppm

· Botón ahorrador de Toner.

Multifunción: copiadora, escáner, impresora, fax



- **Impresora boletos: IMPRESORA ZEBRA LP-2844**

Garantía: 12 meses.

Descripción: Impresoras térmicas directas LP-2844 de etiquetas de códigos de barras de cuatro pulgadas que permiten alcanzar nuevos niveles de rendimiento. Estas impresoras de uso sencillo y que ocupan poco espacio producen un rendimiento óptimo en las aplicaciones.



4.4.2.3. Muebles y enseres

Los muebles son necesarios para la oficina en el caso de recibir clientes directos, pago a proveedores y otro tipo de negociaciones relacionadas con el proyecto.

- **COUNTER: Counter Revolution**

Tablero: Melamínico, Fórmica, Termolaminado

Soportes tubulares: Metálico

Vertebra pasacables: Opcional

Cajonera: 1 metálica de tres gavetas

Pasacables: Si



- **MODULAR: Gerencial Sifnos**

Tablero: Melamínico, Fórmica, Termolaminado

Bordes termoadheridos: Canto duro

Vertebra pasacables: Opcional

Portateclado: Retractable

Faldón: Metálico, Madera

Pasacables: Opcional



- **SILLÓN GIRATORIO: Sillón Spider**

Asiento y espaldar: Polipropileno
 Tipo relleno: Espuma de poliuretano
 Estructura tubular: Metálica
 Botas externas: Antirayado y antideslizantes
 Sistema de regulación: Altura, Brazos
 Brazos: Si



- **SILLÓN GIRATORIO: Pilot**

Tapiz: Tela, Cuerina
 Tipo relleno: Espuma de poliuretano
 Estructura tubular: Metálica
 Polipropileno
 Sistema de regulación: Altura



- **TÁNDEM DE ESPERA: Movie Tripersonal**

Tapiz: Tela, Cuerina
 Asiento y espaldar: Polipropileno
 Tipo relleno: Espuma de poliuretano
 Estructura tubular: Metálica
 Botas externas: Antirayado y antideslizantes Si



- **ARCHIVADOR: Archivador 4 gavetas**

Especificaciones

Cuerpo del mueble: Metálico
 Sistema de soldadura: MIG (sin cordones de soldadura)
 Sistema de pintura: Polvo de aplicación electrostática
 Frente del mueble: Metálico
 Tapa Superior: Metálico, Melamínico
 Tiraderas: Plásticas, Acero macizo



4.4.3. Proveedores de insumos

Empresa: Estación de Servicio Petrocomercial
Dedicada a: Venta de combustibles: gasolina extra, súper y diesel.
Capacidad Instalada: 16 estaciones surtidores de doble manguera por lado para despacho gasolina súper y extra.
2 surtidores de mangueras por lado para el despacho de la gasolinera extra y súper
Capacidad Utilizada: La Estación de Servicios atiende un promedio de 8.000 vehículos al día, en un horario de 24 horas de atención.
Forma de pago: Al contado, con tarjeta de crédito y con la tarjeta PETROCARD que puede ser personal o corporativa
Precio: Gasolina súper: 1,68
Gasolina extra: 1,309168
Gasolina Diesel: 0,900704
Localización: Av. Amazonas y Eloy Alfaro (Esq.)
Fuente de Abastecimiento: Petroecuador, Terminal El Beaterio

Empresa: Dina S.A.
Dedicada a: Concesionario de vehículos
Venta de repuestos y mantenimiento
Capacidad Instalada: 3 sucursales
Capacidad Utilizada: 3 sucursales
Forma de pago: Contado y crédito directo o bancario
Precio: Depende del producto
Localización: Av. Maldonado sector Villaflora

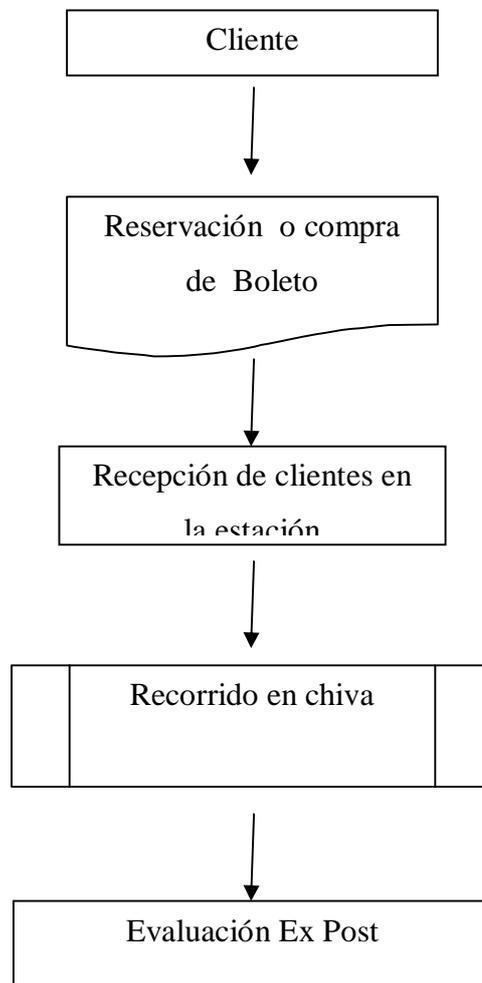
Empresa: Moyabaca
Dedicada a: Distribución, importación y comercialización de llantas
Capacidad Instalada: 7 sucursales
Capacidad Utilizada: Se utilizaría los servicios de una sucursal
Forma de pago: Contado y crédito directo
Precio: Depende del producto
Localización: Av. Gran Colombia y Queseras del Medio

4.5. Ingeniería del producto

4.5.1. Diagrama de Proceso

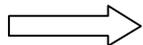
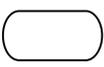
El Diagrama de proceso permite definir las actividades que se realizarán en cada uno de los procesos que requiere el proyecto, así mismo permite analizar disminución de tiempos y realizar otras actividades relevantes.

Gráfico No. 55
Diagrama de Proceso de la Prestación del Servicio



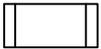
Elaborado por: La autora

Cuadro No. 84
Simbología Diagramas de Flujo

OPERACIÓN	SÍMBOLO
INICIO	
TRANSPORTE	
OPERACIÓN COMPUESTA	
VERIFICACIÓN	
ALMACENAMIENTO	
DECISIÓN	
DATOS	
EMISIÓN DE DOCUMENTO	
PROCESO PREDEFINIDO	
ALMACENAMIENTO	
TERMINADOR	

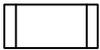
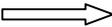
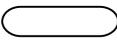
Elaborado por: La autora

Cuadro No. 85
Flujo para la venta de boletos

Simbología	Actividad	Tiempo
	Recepción de pedido vía telefónica, Internet, Operadora externa	1 minuto
	Verificación de disponibilidad de espacios	2 minutos
	Ingreso de datos de los pasajeros	3 minutos
	Ingreso de forma de pago	2 minutos
	Emisión de factura y boletos	1 minutos
	Archivo para contabilidad	2 minutos
TOTAL TIEMPO		11 minutos

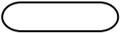
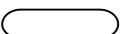
Elaborado por: La autora

Cuadro No. 86
Flujo para la entrega del servicio

Simbología	Actividad	Tiempo
	Recepción de pasajeros	1 minuto
	Recepción de los boletos a los pasajeros para que suban a las chivas	1 minutos
	Ingreso de los pasajeros a la chiva	2 minutos
	Recorrido por el Centro Histórico con una guía reconociendo cada lugar	90 minutos (mínimo)
	En el proceso los pasajeros pueden decidir el lugar donde desean bajar	
	Demora	
	Continuación del recorrido	
	Recorrido Terminado	
TOTAL TIEMPO MÍNIMO		94 minutos

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 87
Flujo para el Servicio de Post venta

Simbología	Actividad	Tiempo
	Contacto usuarios	1 minuto
	Consultar usuarios si desean contestar encuesta	1 minutos
	Decisión negativa: termina proceso	
	Decisión afirmativa: Aplicación de encuesta	5 minutos
	Recorrido Terminado	
TOTAL TIEMPO		7 minutos

Elaborado por: La autora

4.6. Análisis del Impacto Ambiental

Para el análisis del Impacto Ambiental se tomó en cuenta los siguientes parámetros:

- Diagnóstico Ambiental o línea base:
 - Medio Físico
 - Medio Socio-Económico Cultural

- Descripción del Proyecto
 - Etapa de Construcción
 - Etapa de Operación
 - Etapa de Abandono

- Identificación del Impacto Ambiental
- Calificación o Evaluación de la importancia del impacto
- Plan de manejo ambiental

4.6.1. Diagnóstico Ambiental o Línea Base

Cuadro No.88

Diagnóstico Ambiental o Línea Base		
Sistema	Elemento Adyacente	Factor Ambiental
Medio Físico	Medio Inerte o físico	Suelo Aire
Medio Socio- Económico Cultural	Medio Socio – Económico	Población Cultura
	Medio Perceptual	Paisaje
	Medio Económico	Economía

Elaborado por: La autora

4.6.1.1. Medio Físico

Cuadro No. 89

Caracterización del Medio Físico	
LOCALIZACIÓN	
Región Geográfica	Sierra
Coordenadas Geográficas	Centro Histórico de Quito Superficie del área de influencia directa: 1Km2 Ubicación: 78°30'36" W, 0°13'12" S Altitud: 2820
Clima:	Templado
GEOLOGÍA, GEOMORFOLOGÍA Y SUELOS	
Ocupación Actual del Área de influencia	Asentamientos Humanos Zona turística de la ciudad Zona de valor histórico mundial
Tipo de suelo:	calcáreo
Calidad del suelo:	Poco fértil
Permeabilidad del suelo	Los charcos de lluvia desaparecen conforme se seca el piso El agua se infiltra en el suelo
Condiciones de drenaje:	Montañas medianas Muy buenas
HIDROLOGÍA	
Fuentes:	Agua Potable
Precipitaciones:	Lluvias en cualquier época del año
AIRE	
Calidad del Aire	Deseable Se logra con el cumplimiento de las normas Es respirable, pero en ocasiones las partículas finas originan infecciones alérgicas en ojos, nariz o garganta
Recirculación del Aire	Deseable Vientos moderados
Ruido	Tolerante Ruido tolerante o esporádico, por tráfico o vendedores ambulantes

Elaborado por: La autora

Descripción del Medio Físico

La ciudad de Quito es privilegiada por su ubicación geográfica en el Mitad del Mundo y por ser Patrimonio Cultural de la Humanidad debido al legado histórico de sus habitantes; tales características han convertido a esta ciudad en un punto turístico cultural que atrae a propios y extraños. Se encuentra a 2800 metros sobre el nivel del mar, su temperatura promedio está entre los 10 y 26°C, su clima es tan variado que en un solo día se podría tener las cuatro estaciones.

Las coordenadas geográficas de la capital del Ecuador son:

Latitud: 00°15'S

Longitud: 78°35'W

El proyecto se llevará a cabo en el Ecuador, región Sierra, provincia de Pichincha, ciudad de Quito, en el Centro Histórico. Su oficina se ubicará en la Plaza de San Blas en la parte norte del Centro Histórico; esta Plaza está ubicada al inicio del Centro Histórico de Quito, convirtiéndose en un lugar estratégico para ubicar la estación de las chivas que prestarán el servicio de tours conocidos como recorridos por los Caminos de la Ciudad del Sol. La zona cuenta con todos los servicios básicos como son luz, agua, alcantarillado, teléfono, Internet, entre otros.

La topografía del Centro Histórico es irregular pues hay calles planas y pendientes empinadas, el recorrido pasará por las calles planas y otras un poco empinadas que son permitidas por el Municipio de Quito.

La calidad del aire es deseable puesto que se han aplicado normas de control para mitigar el exceso de contaminación ambiental especialmente del aire por las emisiones de gases de los vehículos. El ruido es tolerable también gracias a los controles tanto al tocar la bocina de los vehículos como a los vendedores ambulantes. La entidad que aplica los controles es la Corporación Aire para Quito (CORPAIRE) y la Secretaría del Ambiente del Municipio de Quito.

4.6.1.2. Medio Socio – Económico Cultural

Cuadro No. 90

Medio Socio - Económico Cultural	
Demografía	
Nivel de consolidación del área de influencia	Urbana
Tamaño de la población:	aprox. 2.500.000 habitantes
Características étnicas de la población	Mestizos, blancos, indígenas, negros, entre otros por ser la capital engloba muchas etnias
Infraestructura social	
Abastecimiento de agua:	Agua potable
Evacuación de aguas servidas:	Alcantarillado sanitario
Evacuación de aguas lluvias:	Alcantarillado pluvial
Desechos sólidos:	Barrido y recolección
Electrificación	Red de Energía Eléctrica
Transporte público:	Servicio Urbano Servicio Intercantonal
Vialidad y Accesos	Calles y avenidas
Telefonía	Fija: Residencial y comercial
Actividades socioeconómicas	
Aprovechamiento y uso de la tierra:	Comercial
Tenencia de la tierra:	Terrenos privados con restricción para arreglos
<u>Organización social</u>	
Tercer grado	Asociaciones, federaciones, unión de organizaciones
<u>Aspectos culturales</u>	
Lengua:	Castellano, Quechua,
Religión:	Católica
Tradiciones:	Ancestrales, populares
<u>Medio Perceptual</u>	
Paisaje y Turismo	Zona histórica de Quito Atractivos turísticos
<u>Riesgos Naturales e inducidos</u>	
Peligro de Deslizamientos:	Nulo, suelo estable
Peligro de Inundaciones:	Nulo La zona pendiente ayuda a evacuar aguas fácilmente
Peligro de Terremotos	Latente La tierra tiembla ocasionalmente (está cerca o se ubica en fallas geológicas)

Elaborado por: La autora

Descripción del Medio Socio –Económico Cultural

Quito es una ciudad donde llegan toda clase de turistas nacionales y extranjeros cualquiera fuere el motivo.

De acuerdo a la proyección del INEC el número de habitantes de la ciudad de Quito al 2011 es de 2.500.000 habitantes aproximadamente, repartidos en 1.800.000 en la zonas urbana y 700.000 habitantes en la zona rural.

Los habitantes de la ciudad de Quito guardan las tradiciones de Fe católica, especialmente la Semana Santa que inicia con la imposición de la Ceniza después de Carnaval. Asimismo festejan las fiestas de Quito el 6 de Diciembre memorando la fundación de la bella ciudad, las corridas de toros y el festival de comidas típicas son los actos relevantes en esta época del año, sin olvidar los festejos en chivas y la Serenata Quiteña el 5 de diciembre.

La mayoría de habitantes de la capital son mestizos, sin embargo por la migración en la ciudad también hay habitantes morenos, negros, indígenas, blancos, entre otras. La capital acoge todo tipo de personas.

El Municipio de Quito ha desarrollado varios planes para manejar los recursos naturales así como los desechos líquidos y sólidos.

De igual manera poco a poco mejora la percepción de las personas al mirar el Centro Histórico por eso la Municipalidad está proyectando crear vías alternas para la circulación del transporte público con el fin de que el Centro Histórico sea únicamente punto turístico.

4.6.2. Descripción del Proyecto

4.6.2.1. Etapa de Construcción

El proyecto será desarrollado en el Centro Histórico de Quito, pero la construcción de las chivas será en las plantas de los proveedores, así ESMETAL requiere de 30 días para la construcción de la carrocería y lo haría en su planta en Guamaní.

Para la construcción de la carrocería se requiere de los siguientes materiales:

- Madera
- Varillas
- Tubos
- Láminas de metal

Para los acabados se utilizará:

- Moquetas de caucho
- Tapizados en corosil
- Pintura
- Amplificadores
- Altavoces

El personal que se requiere:

- Técnicos automotrices
- Electricista automotriz
- Ingeniero automotriz

Para su construcción se debe tener el permiso de la Gerencia de Movilidad de la Empresa Pública de Movilidad y Obras Públicas.

De igual manera se adecuará la oficina alquilada para la instalación de los muebles adquiridos para atender a los clientes.

- Escritorio
- Archivador
- Sillas
- Counter

4.6.2.2. Etapa de Operación

En esta etapa se establecerá las actividades para:

- Prestar el servicio de tours
- Limpieza y operación de las chivas

La empresa tendrá que manejar las actividades de los empleados tanto con las chivas como en la oficina.

Chivas: en las chivas las personas a cargo serán el gerente, los guías de turismo y los choferes. Ellos se encargarán del mantenimiento y otros detalles requeridos en su momento. Las chivas será el lugar donde se preste el servicio de tours. Lo que se utilizará será los micrófonos.

Oficina: así mismo el gerente coordinará con su los demás empleados las actividades de servicio al cliente.

Los equipos requeridos son:

- Computador
- Teléfonos
- Impresoras

4.6.2.3. Etapa de Abandono

En esta etapa se realizará las siguientes actividades:

- Recolección de desechos orgánicos e inorgánicos
- Limpieza de escombros

Actividades:

- Para la recolección de los escombros de la adecuación de la oficina se utilizará costales de yute para trasladarlos a los lugares de acopio de dichos materiales.
- En caso de terminar el proyecto los equipos y maquinarias del establecimiento se venderán a personas que lo requieran.

4.6.3. Identificación del Impacto

Con el propósito de identificar la interrelación entre los factores y acciones del presente proyecto se elabora la Matriz de Identificación de Impactos. Esta matriz es un cuadro de doble entrada donde se ubican los factores ambientales y las acciones del proceso, pero solamente identifica el impacto.

A continuación se presenta la matriz de Identificación de Impactos del proyecto:

Cuadro No. 91
Matriz de Identificación de Impactos

			ETAPAS					
			CONSTRUCCIÓN		OPERACIÓN		ABANDONO	
			A1	A2	B1	B2	C1	C2
			Desalojo y limpieza	Instalación y decoración	Prestación del servicio	Mantenimiento chivas y oficina	Resechos orgánicos e inorgánicos	Limpieza de escombros
			MEDIO	FACTORES	COMPONENTES			
Físico	Suelo	1	Calidad de los suelos	*		*		
		2	Producción de la basura	*	*	*	*	*
	Aire	3	Ruido	*	*	*		
		4	Aire	*	*	*		*
Socio-Económico Cultural	Población	5	Salud	*		*		
	Cultura	6	Estilo de vida y costumbres	*		*		*
	Paisaje	7	Zona Histórica	*	*	*		
	Economía	8	Generación de empleo	*	*	*	*	*

Elaborado por: La autora

4.6.4. Calificación y Evaluación del Impacto

Luego de identificar los factores que afectarán al entorno, es necesario asignar una valoración a cada impacto evaluando en base a la importancia: carácter del efecto, persistencia, duración, reversibilidad y recuperación.

El impacto puede ser calificado como: positivo (P), irrelevante (I), moderado (M), severo (S) o crítico (C).

La calificación debe realizarse en base a la matriz de identificación de impactos.

Cuadro No. 92
Matriz de Identificación de Impactos

			ETAPAS					
			CONSTRUCCIÓN		OPERACIÓN		ABANDONO	
			A1	A2	B1	B2	C1	C2
			Desalajo y limpieza	Instalación y decoración	Prestación del servicio	Mantenimiento chivas y oficina	Recolección de desechos orgánicos e inorgánicos	Limpieza de escombros
MEDIO	FACTORES	COMPONENTES						
Físico	Suelo	1	Calidad de los suelos	I		I		
		2	Producción de la basura	I	I	I	I	
	Aire	3	Ruido	I	I	M		
		4	Aire	I	I	M		
Socio-Económico Cultural	Población	5	Salud	I		I		
	Cultura	6	Estilo de vida y costumbres	I		P		P
	Paisaje	7	Zona Histórica	I	I	P		
	Economía	8	Generación de empleo	P	P	P	P	P

Elaborado por: La autora

La construcción de este proyecto presenta impactos positivos, moderados e irrelevantes. En cuanto a los positivos se tiene la generación de empleo como fundamental, igual el mejoramiento del estilo de vida y las costumbres de las personas, especialmente del Centro Histórico pues estarán pendientes del aseo y de la buena imagen de este lugar. Respecto a los moderados, es claro que el consumo de combustible contamina el medio ambiente; de igual forma el recorrer el centro histórico con amplificación si aumenta un poco el ruido en el centro de Quito, pero de una manera moderada.

Además, se ha determinado un impacto indirecto en el mejoramiento de la vida de los habitantes del Centro Histórico pues al pasar las chivas por lugares poco conocidos los habitantes tendrán la oportunidad de emprender negocios propios que les permita generar ingresos propios y/o adicionales.

4.6.5. Plan de Manejo

El Plan de Manejo de la Empresa Caminos de la Ciudad del Sol está enfocado en mantener el ambiente saludable, cumpliendo las normas de control que el Municipio de Quito ha creado para el efecto.

Se ha planificado aplicar las siguientes normas internas para disminuir el impacto:

- Llevar un adecuado mantenimiento de las chivas para que disminuya al máximo la emisión de gases tóxicos que contaminan el ambiente por la utilización del combustible. Se prevé hacer un ABC de los vehículos cada semana.
- Disminuir al máximo el desperdicio de papel y solo imprimir lo necesario para el buen manejo de los recursos tecnológicos; reciclar el papel para posteriormente donar o vender a personas interesadas.
- Reutilizar materiales de plástico como fundas o botellas.

4.7. Análisis Organizacional

4.7.1. Aspectos generales

La calidad y estabilidad del recurso humano es clave para la prestación del servicio que se busca ofrecer en este proyecto, especialmente las guías turísticas deberán poseer un extenso conocimiento y relevante de cada uno de los rincones del Centro Histórico de Quito proporcionando alta calidad informativa y cultural para así despertar la curiosidad de propios como ajenos a la Carita de Dios.

Caminos de la ciudad del Sol como empresa proveerá las garantías necesarias para que el recurso humano se desempeñe eficientemente y se sienta parte importante, empezando por el nivel operacional y funcional hasta los accionistas.

4.7.2. Cultura organizacional de la empresa

Promover el turismo cultural a través de recorridos guiados por la ciudad de Quito, especialmente su Centro Histórico, en los autobuses conocidos como chivas entregando un servicio de calidad para así alcanzar la mayor satisfacción de los turistas nacionales y extranjeros que prefieran conocer la historia arquitectónica de la Carita de Dios.

Ser líder en la promoción de los lugares culturales de Quito permitiendo el reconocimiento de fondo y forma de su patrimonio arquitectónico y la historia de cada uno de ellos.

4.7.2.1. Objetivos estratégicos

- Entregar calidad en el servicio
- Competir en el mercado obteniendo rentabilidad
- Fundamentar la actividades con el predominio de los valores planteados tanto individual como colectivamente.
- Emplear al personal apropiado para cada cargo aplicando el proceso de Administración de recursos humanos: reclutamiento y selección, inducción,

capacitación y desarrollo, y Evaluación del desempeño que permitan alcanzar mejores resultados.

- Mantener la productividad de la empresa de acuerdo a la demanda.

4.7.2.2. Principios

- Información veraz
- Firme compromiso con los clientes internos y externos
- Calidad y mejoramiento continuo
- Enfoque al cliente
- Impacto ambiental favorable
- Innovación tecnológica no solo en equipos sino también en procesos
- Recurso humano especializado
- Instalaciones y equipos que se ajusten a las necesidades de cada cargo
- Transparencia
- Ética
- Compañerismo

4.7.2.3. Entorno social de la empresa

El fin de la empresa compromete a trabajar entregando información veraz y de calidad en el servicio que imparte en cada una de sus fases; del mismo modo los clientes internos se beneficiarán mutuamente por las adecuadas condiciones de trabajo y la capacitación continua para su mejoramiento.

También la sociedad y otras empresas se beneficiarán como consecuencia de la creación de esta empresa ya que la sociedad adquiriría mejor conocimiento de su cultura y las instituciones que se encargan de conservar y exhibir objetos artísticos recibirían más visitantes porque el tour busca despertar la curiosidad de los potenciales clientes.

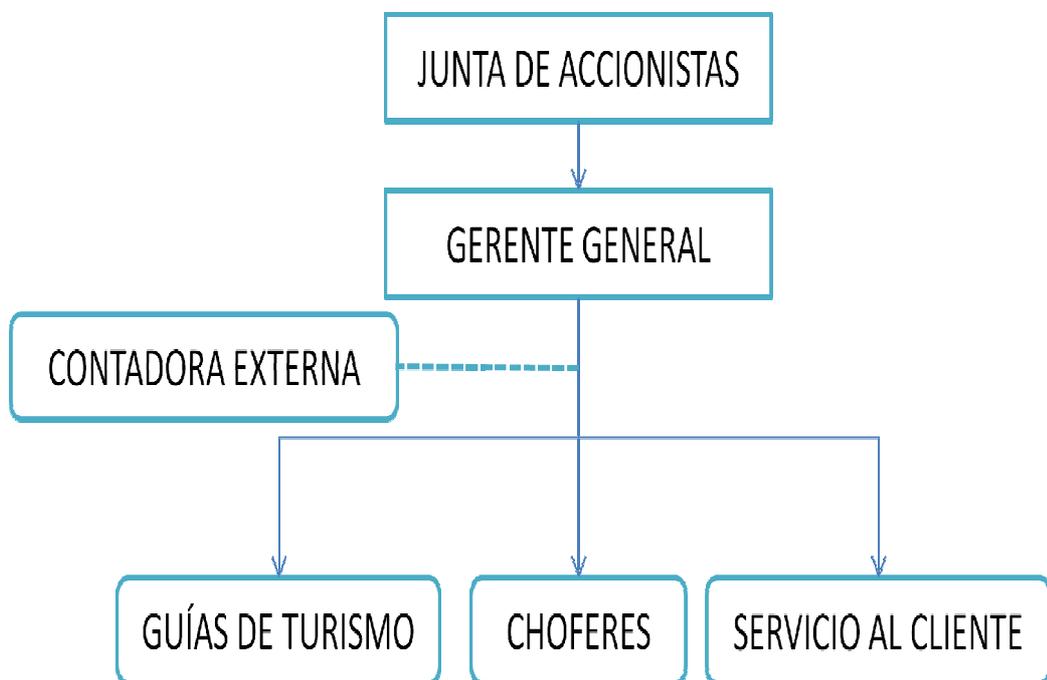
Al gobierno local le favorecerá la difusión de los sitios históricos y podrá promocionar mejor la ciudad.

4.7.3. Análisis Interno

4.7.3.1. Organigrama Estructural

El organigrama estructural define las unidades administrativas y sus relaciones de jerarquía o dependencia.

Gráfico No. 56
Organigrama Estructural

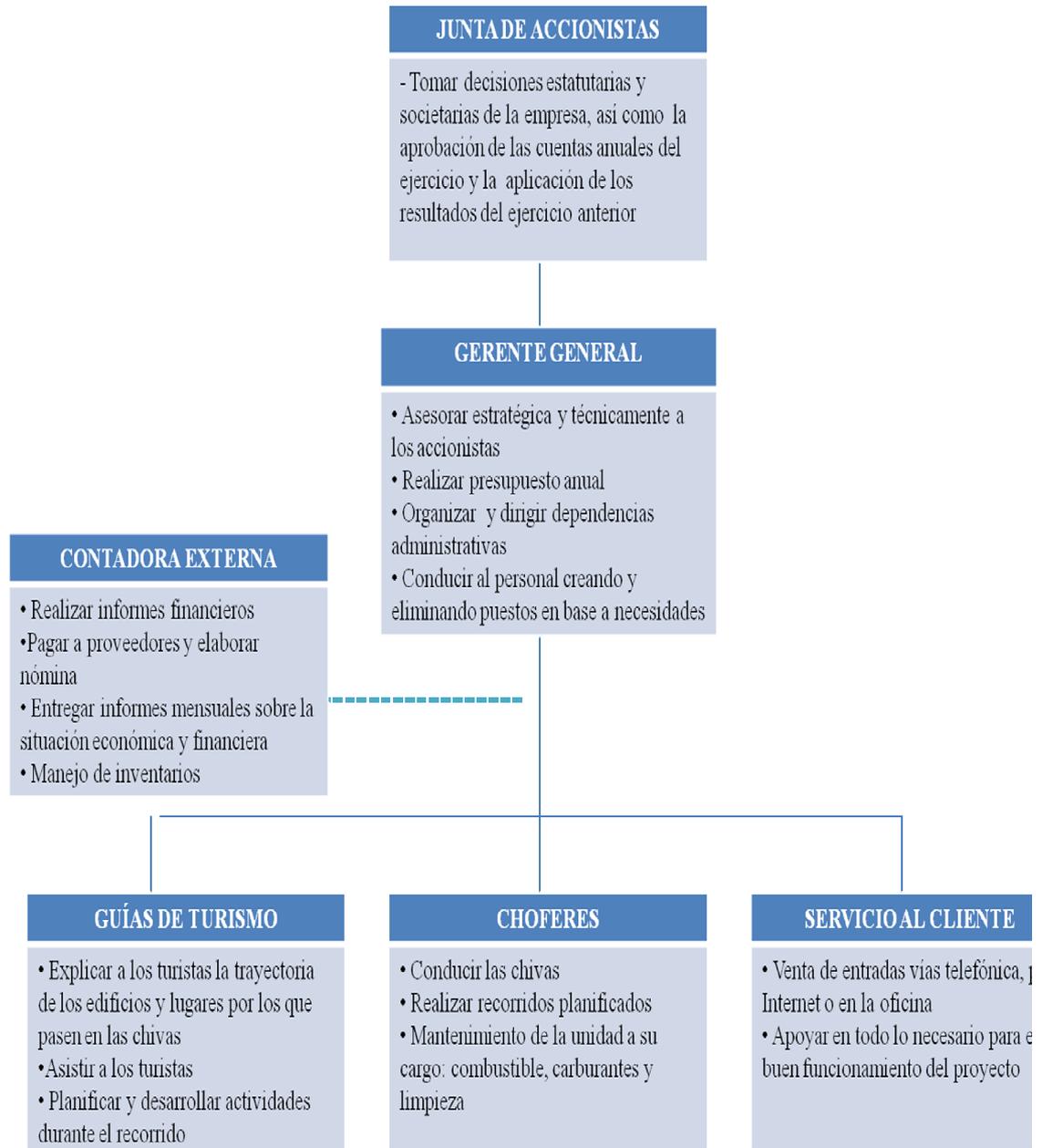


Elaborado por: La autora

4.7.3.2. Organigrama Funcional

En el siguiente organigrama funcional se detallará las funciones principales asignadas.

Gráfico No. 57
Organigrama Funcional



Elaborado por: La autora

4.7.3.3. Manual de Funciones

NIVEL CORPORATIVO

JUNTA DE ACCIONISTAS	
Denominación del cargo:	Accionistas
Departamento:	-
Jefe inmediato:	Ninguno
Subordinado:	Todos
Marco de relación interna:	Gerente General, Subgerentes, Empleados todos
Marco de relación externa:	Proveedores, Clientes, Asociados estratégicos
Número de personas en el cargo:	todos
Misión:	
Tomar decisiones estatutarias y societarias, así como la aprobación de las cuentas anuales del ejercicio y la aplicación de los resultados del ejercicio anterior.	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none">- Designar al presidente de la Junta- Designar al Gerente General de la Empresa con mayoría absoluta de la Junta.- Conocer y aprobar los balances: general y de resultados y otros informes relevantes para el buen funcionamiento de la institución.- Determinar la forma de reparto de las utilidades o su amortización basándose en las sugerencias del Gerente General.- Ejercer las demás funciones determinadas por la Ley y en los estatutos de la Empresa.	
Perfil Profesional:	
<ul style="list-style-type: none">- Ninguno	

NIVEL FUNCIONAL

GERENTE GENERAL	
Denominación del cargo:	Gerente General
Departamento:	Gerencia General
Jefe inmediato:	Junta de Accionistas
Subordinado:	Todos
Marco de relación interna:	Empleados todos
Marco de relación externa:	Proveedores, Clientes, Asociados estratégicos
Número de personas en el cargo:	Uno (1)
Misión:	
Planificar, ejecutar, dirigir y controlar acciones para optimizar los recursos de la empresa alcanzando la mayor rentabilidad al menor costo con el fin de satisfacer a los clientes internos y externos.	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none">- Asesorar estratégica y técnicamente para el desarrollo de la empresa- Desarrollar manuales específicos como el Manual de Funciones- Realizar el presupuesto anual de la empresa, buscar financiamiento y crear estrategias para cubrir el déficit de los primeros años de funcionamiento- Organizar y dirigir dependencias administrativas de la compañía- Revisar los informes financieros para reconocer el buen manejo de la empresa y Convocar reuniones para decidir el futuro de la empresa- Conducir el personal creando y eliminando puestos de acuerdo a las necesidades de la empresa- Incursionar nuevos mercados y diseñar estrategias para innovar- Cumplir y hacer cumplir los Estatutos y Reglamentos- Plan de marketing de la empresa	
Perfil Profesional:	
<ul style="list-style-type: none">- Título de Administración de Empresas, Ingeniería Comercial o afines.- Residencia en Quito, experiencia mínima de tres años- Conocimiento de inglés	

NIVEL OPERATIVO

Chofer	
Denominación del cargo:	Chofer
Jefe inmediato:	Gerente General
Subordinado:	Ninguno
Marco de relación interna:	Gerente General, Guías de Turismo, Servicio al cliente
Marco de relación externa:	Proveedores, clientes
Número de personas en el cargo:	Cuatro (4)
Misión:	
Movilizar a los turistas de acuerdo al recorrido preestablecido ofreciendo seguridad en su traslado.	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> - Conducir las chivas de la institución - Efectuar los recorridos planificados para la provisión del servicio - Solicitar a su jefe inmediato la dotación de combustible, carburantes y otros repuestos necesarios para el buen funcionamiento de las unidades - Responsabilizarse de la circulación del vehículo - Registrar diariamente los datos como: cantidad de combustible utilizado, número de recorridos, pasajeros transportados y otros datos relevantes para la empresa - Notificar rápidamente al jefe inmediato, alternos del jefe o gerente general sobre cualquier anomalía en la o las unidades de trabajo y sentar el mismo. - Mantener en perfecto estado y limpieza las unidades. - Las demás que le asigne el jefe departamental 	
Perfil Profesional:	
<ul style="list-style-type: none"> - Título de chofer profesional Licencia Tipo E - Experiencia mínima de cinco años en el manejo de transporte pesado - Aprobación de pruebas psicológicas para trabajar con personas de distintos caracteres. 	

Guía de Turismo	
Denominación del cargo:	Guía de Turismo
Jefe inmediato:	Gerente General
Subordinado:	Ninguno
Marco de relación interna:	Gerente General, empleados todos
Marco de relación externa:	Clientes
Número de personas en el cargo:	Cuatro (4)
Misión:	
Proveer información veraz y detallada de cada uno de los lugares que recorrerá con los clientes	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> - Supervisar la unidad de transporte a utilizar - Seguir las instrucciones del recorrido que se realizará - Entregar un informe al final de cada recorrido - Controlar al grupo de turistas que está a su cargo - Tomar decisiones importantes que podrían afectar a la prestación del servicio - Asistir a los turistas, especialmente en caso de emergencia - Planificar y desarrollar recorridos turísticos 	
Perfil Profesional:	
<ul style="list-style-type: none"> - Técnico, Tecnólogo o Estudiante de Administración Turística - Alto nivel del idioma inglés - Licencia Autorizada de Guía de Turismo 	

Contador Externo	
Denominación del cargo:	Contador
Jefe inmediato:	Gerente General
Subordinado:	Ninguno
Marco de relación interna:	Gerente general, empleados todos
Marco de relación externa:	Proveedores
Número de personas en el cargo:	Uno (1)
Misión:	
Planificar, dirigir y supervisar las operaciones contables poniendo al día los estados financieros para tomar de decisiones oportunamente	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> - Realizar informes financieros - Pagar a proveedores y elaborar la nómina - Crear el sistema contable adecuado para la empresa y el manual de proceso contable y de pagos - Coordinar el trabajo con todas las áreas con el fin de mantener la información contable actualizada - Entregar informes escritos de los cierres mensuales para la tomar decisiones - Presentación oportuna de obligaciones tributarias y otras relacionadas con el funcionamiento del negocio - Discreción en el uso de la información - Manejo de inventarios 	
Perfil Profesional:	
<ul style="list-style-type: none"> - Egresado universitario en Contabilidad y Auditoría, Administración Financiera - Experiencia mínima de tres años en actividades similares - Conocimiento de Normas Internacionales de Información Financiera - Registro en el Colegio de Contadores actualizado - Manejo de paquetes contables 	

Servicio al Cliente	
Denominación del cargo:	Vendedor
Jefe inmediato:	Gerente General
Subordinado:	Ninguno
Marco de relación interna:	Todos
Marco de relación externa:	Clientes
Número de personas en el cargo:	Dos (2)
Misión:	
Vender las entradas demostrando calidad en el servicio	
Funciones y responsabilidades:	
<ul style="list-style-type: none"> - Venta de entradas - Auxiliar de oficina 	
Perfil Profesional:	
<ul style="list-style-type: none"> - Bachiller con disponibilidad de tiempo completo 	

4.7.3.4. Reglamento interno

REGLAMENTO INTERNO DE TRABAJO⁶⁷

Capítulo I: ÁMBITO DE APLICACIÓN

Art. 1.- PROPÓSITO

El presente Reglamento Interno de Trabajo tiene por objeto establecer un adecuado sistema de administración del Recurso humano de la Empresa con el fin de alcanzar un grado más alto de eficiencia en el trabajo, optimizar la utilización de su personal, establecer las normas que regulen las relaciones entre la Empresa y el persona sujeto al Código de Trabajo.

En cumplimiento a los dispuesto en el Art. 64 del Código de Trabajo y para los fines previstos en el numeral 12 del Art. 42, del literal e) del Art. 45 del mismo Código y, en general para el mejor cumplimiento de las disposiciones legales vigentes en materia laboral, la Empresa con domicilio principal en la ciudad de Quito dicta el presente Reglamento Interno de trabajo.

Art. 2.- ÁMBITO DE APLICACIÓN

En este Reglamento Interno se utilizará el término EMPRESA para referirse a CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL y se usará la palabra EMPLEADO la cual incluirá a empleados y trabajadores en general.

El término “Reglamento” se usará para referirse al Reglamento Interno de Trabajo de la Empresa contenido en este instrumento.

El uso de términos en masculino incluirán al femenino, el uso de tiempo singular incluirá plural y viceversa.

El presente Reglamento se aplicará obligatoriamente a todo el personal de la EMPRESA que esté sujeto al Código de Trabajo.

⁶⁷ Basado en el formato que provee el Ministerio de Relaciones Laborales adecuado a las necesidades de la empresa.

Art. 3.- SUJECIÓN

Tanto la EMPRESA como sus trabajadores quedan sujetos a estricto cumplimiento de las disposiciones del presente Reglamento y a las normas del Código de Trabajo las cuales se entenderán incorporadas a todos los contratos individuales de trabajo celebrados entre la EMPRESA y los EMPLEADOS.

Se presume su conocimiento, y por tanto, su desconocimiento no podrá ser alegado y no será excusa para ningún EMPLEADO. Para tal efecto se exhibirá permanentemente un ejemplar des este Reglamento, una vez aprobado.

Art. 4.- ÓRGANOS DE ADMINISTRACIÓN DEL RECURSO HUMANO

La administración del Recurso Humano de la EMPRESA es función del Gerente General y Jefe Administrativo; la ejercerá a través de Recursos Humanos y sus organismos correspondientes con sujeción a las leyes laborales y a las normas contenidas en el presente Reglamento.

Capítulo II: CONTRATOS DE TRABAJO

Art. 5.- TIPOS DE CONTRATO

La empresa podrá celebrar válidamente cualquier tipo de contrato de trabajo con sus EMPLEADOS utilizando cualquiera de las modalidades permitidas por la Ley.

Art. 6.- CONDICIONES DE LOS CONTRATOS

Todos los trabajadores de la EMPRESA serán contratados por escrito. Todos los contratos estarán sujetos a las condiciones establecidas en el Código de Trabajo.

Los contratos individuales que la EMPRESA celebra por primera vez tendrán necesariamente un período de prueba de 90 días. En este período o al termino del mismo, cualquiera de las partes podrá dar por terminado el contrato sin indemnización alguna, mediante notificación escrita.

Art. 7.- VACANTES

Cuando se produzca vacantes o nueva necesidad de personal, la EMPRESA buscará la persona más idónea para llenar la vacante. La selección de candidatos será

efectuado por el Departamento de Administrativo en base al Manual de Selección, Contratación y Capacitación del Recurso humano diseñado para el efecto.

Los resultados de las pruebas tendrán el carácter de confidencial y serán evaluadas también por el jefe departamental que lo requiera.

Los mecanismos, proceso y procedimientos para dicha selección serán bajo el diseño y formato de la EMPRESA según su conveniencia y funcionalidad.

Capítulo III: DE LA ADMISIÓN

Art. 8.- La etapa previa a la contratación de un trabajador juega un importante papel dentro de la selección del personal. La EMPRESA puede requerir del aspirante lo siguiente:

- Ser mayor de edad;
- Poseer título académico, técnico o profesional, o el cumplimiento de los requisitos académico mínimos necesarios para el cabal cumplimiento de sus responsabilidades;
- Comprobación de las cualidades profesionales mediante exámenes técnicos;
- Demostrar antecedentes profesionales satisfactorios y de buena conducta;
- Presentar una solicitud de empleo en los formularios que la empresa estime conveniente y llenar las hojas de información respectiva.

Art. 9.- El solicitante declara que todos los datos son verdaderos y que no ha omitido u ocultado ninguna información que pueda ser relevante para la decisión de su contratación por parte de la EMPRESA.

La inexactitud de los datos o información consignada por el EMPLEADO al solicitar empleo, la presentación de documentos falsos o alterados, el ocultamiento de información importante, tales como antecedentes penales, etc., constituyen faltas graves a este reglamento y son causa para la terminación del contrato de trabajo, de acuerdo al Art. 316, No. 2; del Código de Trabajo.

La EMPRESA se reserva el derecho de realizar las investigaciones necesarias para establecer la veracidad de los antecedentes e historial del aspirante a ocupar una vacante. Después de verificar los datos, la EMPRESA se reserva la potestad de contratar o no al aspirante, sin que esto le otorgue ningún derecho a ocupar esta vacante. Adicionalmente, para el ingreso se requiere presentar los siguientes documentos:

- Cédula de ciudadanía
- Certificado del último sufragio
- Cédula Militar (para hombres)
- Carné del IESS
- Certificados de trabajo
- Dos certificadores actualizados de honorabilidad y honradez
- Partida de nacimiento de los hijos (en caso de existir)
- 4 fotografías tamaño carné
- Certificado del tipo de sangre
- Certificado médico
- Certificado del lugar de domicilio
- Record policial

Art. 10.- REFERENCIAS

La EMPRESA podrá solicitar las referencias que estime necesarias sobre el aspirante, y se reserva la libertad de verificar la información antes y/o después de su contratación, así como los demás datos presentados. Después de verificar los datos obtenidos, la EMPRESA se reserva el derecho de contratar o no al aspirante, sin que esto implique derecho alguno a ocupar esta vacante.

Capítulo IV: JORNADAS Y HORARIOS LABORALES

Art. 11.- JORNADAS DE TRABAJO

Cada cargo en la EMPRESA es crítico para prestar un servicio de calidad atendiendo a las necesidades de los clientes, por lo tanto es importante que el EMPLEADO esté presente y listo a tiempo para empezar a trabajar. Esto incluye el empezar su trabajo y también el retorno de descansos y almuerzos.

Los horarios serán establecidos por los representantes legales de acuerdo a la conveniencia de la EMPRESA y previa autorización de la Dirección Regional de Trabajo de Quito.

Art. 12.- Previo acuerdo del titular de Recursos Humanos con los EMPLEADOS, siempre que las necesidades de trabajo así lo requieran, los EMPLEADOS deberán laborar un horario extraordinario de trabajo. Los trabajos que excedan la jornada ordinaria se pagarán conforme a lo que establecen los artículos 50 y 55 del Código de Trabajo.

Art. 13.- NO LLAMAR / NO PRESENTARSE

En caso de ausencia y en la medida de lo posible el EMPLEADO debe comunicarse con su jefe inmediato antes de que su horario de trabajo empiece, tal inobservancia daría como resultado una acción disciplinaria.

Art. 14.- PUNTUALIDAD

Todos los EMPLEADOS se presentarán a desempeñar sus funciones con absoluta puntualidad. En razón de la actividad de la EMPRESA, la puntualidad es indispensable, por lo que existirá un margen de tolerancia de 10 minutos. En caso de producirse un atraso se procederá a tomar una acción disciplinaria.

Art. 15.- La EMPRESA podrá establecer los métodos que mejor estime conveniente para el control de asistencia y puntualidad de sus trabajadores.

Art. 16.- Sin embargo de lo establecido anteriormente, si un trabajador se atrasare o faltare a un turno sin previo aviso, quien estuviese cumpliendo el turno inmediato anterior, dará aviso del hecho al responsable del área, pero será su responsabilidad cumplir dicha función hasta ser relevado, ante lo cual se le pagará de acuerdo a la Ley.

Art. 17.- El EMPLEADO debe registrar su asistencia en el Sistema Biométrico de Control de Asistencia instalado por la EMPRESA para el control de entradas y salidas.

Art. 18.- JORNADA EXTRAORDINARIA Y SUPLEMENTARIA

Cuando fuere necesario y previa autorización de la Gerencia General, o demás funcionarios autorizados para el efecto y aceptación del trabajador, los trabajadores deberán laborar en jornadas suplementarias o extraordinarias, según fuere acordado, acogiéndose a las normas y procedimientos establecidos para el efecto.

Art. 19.- AUTORIZACIÓN DE TRABAJO DURANTE HORAS SUPLEMENTARIAS Y EXTRAORDINARIAS

Por la razón del negocio se puede originar mayor demanda y por lo tanto trabajo suplementario o extraordinario para los EMPLEADOS, consecuentemente se laborará durante horas suplementarias y extraordinarias previo acuerdo expreso entre las partes.

Ninguna declaración de trabajo suplementario o extraordinario será aceptada por la EMPRESA, si no ha existido el acuerdo correspondiente con la Gerencia General.

Art. 20.- HORAS DE COMPENSACIÓN

No se consideran horas suplementarias o extraordinarias, los trabajos desempeñados luego de la jornada ordinaria o en días de descanso, con el objetivo de compensar el tiempo perdido ya sea por los días feriados no obligatorios cuando así los disponga la Autoridad Competente, o por errores cometidos en el desempeño de las funciones por cualquier causa imputable al trabajador.

Art. 21.- FUNCIONES DE CONFIANZA

Sin perjuicio de los que se especifique en los contratos individuales, y para los efectos establecidos en el Art. 58 del Código de Trabajo, se considera además que ejercen funciones de confianza las siguientes personas:

- Gerencia General
- Jefe Departamental

Además, desempeñarán funciones de confianza todas aquellas personas en las cuales así se haya indicado en sus respectivos contratos de trabajo.

Capítulo V: REMUNERACIONES Y REEMBOLSOS

Art. 22.- PAGO DE REMUNERACIONES

La EMPRESA liquidará mensualmente los valores correspondientes a ingresos y deducciones que tengan lugar de conformidad con la Ley con respecto a las remuneraciones, la misma que será cancelada por mes vencido incluyendo todos los beneficios que determina la Ley. El pago se lo realizará a través de pago directo mediante cheque de la EMPRESA el último martes de cada mes.

Las horas nocturnas y/o extraordinarias se pagarán una vez que se encuentren registradas en los formularios respectivos y debidamente autorizadas por la Gerencia General.

Capítulo VI: AUSENCIAS

Art. 23.- ABANDONO DEL TRABAJO

El abandono por más de tres días consecutivos en un mes sin justa causa debidamente comprobada, constituiría falta grave y será sancionada de acuerdo a lo estipulado en el Código de Trabajo y dará lugar a la terminación de su relación laboral.

Art. 24 PERMISO PARA SALIR DEL TRABAJO

Ningún trabajador podrá abandonar su sitio de trabajo durante las horas de labor sin cumplir con las siguientes disposiciones:

- Son permisos las autorizaciones concedidas por el gerente general o jefe departamental para que puedan ausentarse de su lugar de trabajo. Los permisos remunerados serán concedidos únicamente por calamidad doméstica, requerimiento por escrito de autoridad competente, ejercicio del derecho a voto, enfermedad, orden médica, y en los demás casos previstos en la Ley y en este Reglamento.

- Los empleados están obligados a pedir personalmente permiso por lo menos con 48 horas de anticipación y no podrán ausentarse del lugar de trabajo sin haber recibido la correspondiente autorización.
- En caso de calamidad doméstica, el funcionario o empleado por cualquier medio en forma inmediata de acontecida esta situación deberá informar de la misma a su inmediato superior o manager.
- La ausencia por enfermedad deberá ser justificada mediante certificado médico en plazo máximo de 72 horas.
- Si después de vencido el plazo de permiso del empleado no se reintegra sin causa justificada, se sujetará a las sanciones disciplinarias correspondientes e inclusive pueda ser causa para la terminación del contrato.

Art. 25.- Ningún permiso podrá exceder de 8 horas diarias. En el caso de que un trabajador se ausentara de su lugar de trabajo con permiso dentro de su horario de trabajo o en el caso que ocupe funciones que pueda requerir un contacto urgente e inmediato, el mismo deberá disponer de cualquier medio para ser contactado, como: celular, radio, beeper, teléfono, etc.

Art. 26.- Se entenderá por calamidad doméstica, los siguientes hechos:

- La muerte de los parientes comprendidos dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
- Accidentes o enfermedades graves que requieran de la hospitalización de los parientes comprendidos dentro del segundo grado de consanguinidad y segundo de afinidad.
- Todo hecho que requiera la presencia urgente y necesaria del trabajador en su domicilio a fin de evitar un desastre. Enfermedades graves del cónyuge, conviviente o hijos que requieran de la compañía del trabajador.

- Todos los permisos otorgados por cualquier índole o naturaleza por la empresa a través de las personas autorizadas deberán ser justificadas o respaldadas con los documentos pertinentes para cada caso a satisfacción de la empresa. Caso contrario se tomarán las medidas pertinentes.

Art. 27.- LICENCIA SIN SUELDO

Es la situación en que se encuentra un empleado autorizado por el Gerente General, a quien se le permite ausentarse temporalmente del desempeño del cargo asignado, sin remuneración ni beneficio de ninguna clase. En el presente caso, el EMPLEADO deberá consignar en el Departamento Administrativo el valor correspondiente al pago de sus aportaciones personales al IESS, a fin de depositar estos valores en dicho instituto.

Art. 28.- LICENCIA CON SUELDO

El Gerente General y/o el Jefe Administrativo podrán autorizar licencia con sueldo en los siguientes casos:

- En aquellos contemplados por el reglamento específico del IESS en caso de enfermedad del trabajador
- Por maternidad durante 12 semanas, de las cuales 2 deben tomarse antes del parto
- Por lactancia 2 horas diarias, al principio o final de cada jornada diaria de labor durante 9 meses posteriores al parto.
- Por calamidad doméstica debidamente justificada.

Art. 29.- LUGAR DE TRABAJO LIBRE DE ACOSO

La Empresa se compromete en proveer un lugar de trabajo libre de discriminación y acoso. Cualquier empleado que cometa alguno de estos hechos será sancionado de acuerdo al presente Reglamento.

Discriminación incluye uso de una conducta tanto verbal como física que muestre insulto o desprecio hacia un individuo sea por su raza, color, religión, sexo, nacionalidad, edad, discapacidad y que se trate de:

1. Tener el propósito de crear un lugar de trabajo ofensivo;
2. Tener el propósito de interferir con las funciones de trabajo de uno o varios individuos;
3. Afectar el desempeño laboral; y.
4. Afectar en las oportunidades de crecimiento del trabajador

Art. 30.- Los siguientes son ejemplo de comportamientos no aceptados por la EMPRESA. Estas descripciones no son las únicas pero son usadas como una guía.

- Hacer comentarios fuera de lugar ya sean escritos o verbales, también demostrar un comportamiento en contra de un individuo ya sea por su color, raza, religión, sexo, nacionalidad, edad y discapacidad.
- Demostrar estereotipos, tratos y hechos negativos relacionados a color, raza, religión sexo, nacionalidad, edad y discapacidad.
- No se permite hacer comentarios verbales o escritos ofensivos.
- No se permitirá el uso de rótulos colocados sobre paredes, posters y cualquier tipo de circular que atente a la identidad de una personas
- Se prohíbe las agresiones físicas, verbales o en cualquier forma posible desde su intento hasta el hecho consumado.

Art. 31.- ACOSO SEXUAL

La Empresa estrictamente prohíbe cualquier tipo de acoso en el lugar de trabajo. Acoso sexual no se refiere a cumplidos ocasionales o comentarios que son socialmente aceptados. Se entenderá acoso sexual a lo siguiente:

- Comportamiento sexual inadecuado;
- Pedido de favores sexuales cuando se refiere a conducta implícita o explícita es decir con el fin de ser promovido, conseguir favoritismo de cualquier tipo;
- Cuando se intenta interferir en el desempeño de labores de algún individuo;
- El acoso sexual puede incluir una variedad de comportamientos y hechos que se presentan en varios niveles;
- Contacto físico inapropiado como innecesarias caricias, rasguños, toques o palmadas. El forzar a un individuo a tener relaciones sexuales o favores sexuales;
- Acoso verbal en donde hay un abuso de la naturaleza sexual donde se usa un vocabulario de doble sentido que ofende a una persona;
- Usar términos o gestos sexuales sugestivos para describir el cuerpo de una persona, vestimenta o actividad sexual o inclinación sexual.
- El colgar rótulos, hojas, e-mail, volantes sexualmente ofensivos en el lugar de trabajo.

Art. 32.- Si alguien ha incurrido en uno de los tipos de acoso sexual ya mencionados usted tiene la responsabilidad de llevar este reclamo a la persona encargada de recursos Humanos de la empresa.

Los inmediatos superiores o managers deben reportar todo tipo de acoso sexual a sus superiores o personas encargadas del Departamento Administrativo para que los

mismos inicien las investigaciones pertinentes. En caso de no ser reportado, la Gerencia tomaría una acción disciplinaria.

Art. 33.- La empresa no tolerará ninguna forma de reprimenda o acción negativa en contra de un empleado que haya hecho un reclamo de buena fe, de acoso y discriminación. Todo reclamo será investigado, y será tratado confidencialmente y se llevará un reporte del mismo.

Art. 34.- USO DE INTERNET

Los empleados sólo pueden hacer uso de Internet para tareas oficiales de la EMPRESA. Se prohíbe estrictamente el uso de Internet para conversar, leer, navegar, bajar música y otros en horas de oficina ya que esto interfiere en el desempeño de labores. Si un EMPLEADO fuese encontrado haciendo mal uso del Internet en horas de trabajo, este será sancionado bajo la política de acciones disciplinarias de la EMPRESA. De igual manera los compañeros de trabajo que no denuncien anomalías de mal uso del Internet serán sancionados por encubrir estos hechos. El uso de Internet para labores que no son de oficina se permitirá, previa la autorización correspondiente, únicamente en horas de almuerzo, antes o después de horas de oficina o feriados, con un máximo de una hora en cada período autorizado por la EMPRESA, caso contrario la EMPRESA se reserva el derecho de cobrar o descontar los costos de conexión a Internet.

Art. 35.- POLÍTICA DE DROGAS, ALCOHOL Y TABACO:

La EMPRESA reconoce que su futuro depende de la salud física y mental de sus trabajadores. El uso y comercialización de drogas afecta la imagen de la empresa. La posesión, uso y venta de drogas ilegales y el consumo de bebidas alcohólicas durante horas de trabajo, está estrictamente prohibido.

Cualquier empleado bajo la influencia de alcohol o drogas que no demuestre juicio alguno, desempeño o seguridad a los EMPLEADOS u otro dentro de la propiedad de la EMPRESA, durante horas de trabajo, será sancionado conforme el presente Reglamento. Todo EMPLEADO está en la obligación de notificar a la compañía el uso de medicación que pueda afectar su desempeño y comportamiento.

La compañía podría conducir un examen de droga y alcohol post-accidente a los EMPLEADOS que se encuentren involucrados en accidentes dentro de horas de trabajo, o tengan problema con el desempeño laboral. La compañía se hará responsable de los costos del examen de drogas y alcohol si es necesario.

Un resultado positivo post-accidente de drogas y/o alcohol dará como consecuencia la terminación de la relación laboral. El rehusar tomar esta prueba, será considerado como resultado positivo.

Capítulo VII: VACACIONES ANUALES

Art. 36.- A partir del primer año cumplido de trabajo en la EMPRESA, el EMPLEADO tiene derecho a quince días ininterrumpidos de vacaciones anuales pagadas, las que no podrán ser compensadas con dinero a excepción de los días adicionales que a partir del quinto año le corresponde al trabajador según el Art. 69 del Código de Trabajo.

Art. 37.- La EMPRESA determinará la época en que cada trabajador gozará de sus vacaciones, estableciendo un cronograma anual del mismo que será publicado con tres meses de anticipación.

Art. 38.- En caso de funciones técnicas o de confianza puede negarse al EMPLEADO las vacaciones de un año, para que las goce necesariamente el año próximo.

Art. 39.- El EMPLEADO tiene el derecho de acumular sus vacaciones hasta por tres años a fin de gozarlas en el cuarto año.

Capítulo VIII: RECLAMOS Y CONSULTAS

Art. 40.- Los EMPLEADOS tienen derecho a ser escuchados en su reclamo o consultas provenientes de las reclamaciones de trabajo.

Art. 41.- Las reclamaciones y consultas deben presentarse al Jefe Administrativo quien solucionará en cada caso de acuerdo a la Ley y ciñéndose estrictamente a las disposiciones del presente Reglamento Interno.

Capítulo IX: SANCIONES Y TERMINACIÓN DE LA RELACIÓN LABORAL

Art. 42.- De acuerdo a la gravedad de la falta cometida por el EMPLEADO, se aplicará una de las sanciones aquí detalladas; la inobservancia de las prohibiciones y el incumplimiento de las obligaciones aquí previstas se considerarán como faltas sancionadas de acuerdo a su gravedad y/o al perjuicio que hubiera ocasionado a la compañía en caso de haberlo hecho.

1. Amonestación verbal;
2. Amonestación escrita;
3. Multa de hasta el 10% de la remuneración diaria que percibe el EMPLEADO;
y,
4. Terminación del contrato de trabajo previo Visto Bueno.

Art. 43.- La aplicación de las sanciones en el artículo anterior siempre que se verifique las transgresiones de cualquiera de las disposiciones del presente reglamento, obedecerá al más alto criterio de justicia, tolerancia y equidad, salvaguardando el respeto jerárquico y la disciplina interna de la empresa.

Art. 44.- El Jefe Administrativo puede imponer cualquiera de las tres primeras sanciones establecidas en el Art. 33 de este Reglamento, previa notificación escrita del trabajador.

Art. 45.- El Gerente General de la EMPRESA es la única persona en capacidad para dar por terminada la relación laboral con cualquier EMPLEADO.

Art. 46.- Serán responsables directa y personalmente todos aquellos que en abuso de su autoridad causen daño a la empresa por la aplicación de las sanciones anotadas.

Art. 47.- La Empresa tiene el derecho y podrá solicitar el Visto Bueno necesario para dar por terminadas las relaciones laborales con el EMPLEADO que ha incurrido en cualquier falta grave señalada en este Reglamento Interno y a lo dispuesto en el Art. 172 del Código de Trabajo.

Art. 48. En caso de renuncia voluntaria, el EMPLEADO no podrá abandonar su puesto de trabajo hasta que no haya sido aceptada su renuncia por la EMPRESA.

Capítulo X: GASTOS DE VIAJE, ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN

Art. 49.- El trabajador que por orden de la EMPRESA tuviere que movilizarse fuera del lugar habitual de su trabajo, tendrá derecho a recibir viáticos para cubrir los gastos de viaje.

Art. 50.- Dicho trabajador está obligado a elaborar una cuenta de gastos, adjuntando los respectivos recibos, liquidando los viáticos y solicitando el reembolso por la diferencia.

Art. 51.- Si dicho EMPLEADO suspendiese el viaje por calamidad doméstica, fuerza mayor o imposibilidad física está obligado a comunicar a la EMPRESA la razón alegada. Si faltase esta comunicación la EMPRESA podrá considerar como falta injustificada de asistencia al trabajo.

Capítulo XI:

DE LAS OBLIGACIONES Y PROHIBICIONES DE LOS EMPLEADOS

Art. 52.- Son obligaciones de los trabajadores, a más de las constantes en el Art. 45 de Código de Trabajo, y las determinadas por la Ley, el contrato de trabajo, y el presente Reglamento Interno, las que a continuación se enumeran y cuyo cumplimiento serán consideradas como faltas leves, cuando no haya reincidencia.

- a) Cumplir con eficacia, buena voluntad y espíritu de colaboración las labores encomendadas siguiendo obediente y cumplidamente las órdenes emanadas

por la EMPRESA a través de su representante o de la persona encargada de su Departamento.

- b) Respetar a sus superiores y cultivar la más sana armonía con sus compañeros de trabajo durante las horas de labor o fuera de ellas, respetando la dignidad ajena y evitando disgustos, discordias e intrigas entre compañeros.
- c) Observar buena conducta en el trabajo guardando las normas de buena educación ética entre sí y con sus superiores.
- d) Sujetarse y cumplir fielmente las leyes laborales, el contrato, el reglamento, horario y las instrucciones verbales o escritas que reciban de sus inmediatos.
- e) Presentarse al trabajo cuidando de su arreglo personal y usar la ropa de trabajo y uniformes suministrados por la EMPRESA, en forma permanente mientras preste sus servicios.
- f) Defender los intereses morales y materiales de la empresa, de los clientes, proveedores y público en general, evitando toda clase de daños y perjuicios y poniendo siempre adelante el prestigio de la EMPRESA.
- g) Realizar inventarios de los equipos, útiles de trabajo y más implementos o pertenencias de la EMPRESA que están a su cargo, cuando lo ordene un superior jerárquico.
- h) Mantener limpio y ordenado el sitio de trabajo o sala en donde realiza su labor, observando las medidas de higiene y cuidado, precautelando la salud de los demás EMPLEADOS y por el bien de la EMPRESA.
- i) Cuidar todos los enseres de la empresa que estén a su cargo así como las pertenencias de los clientes que le sean confiadas y responder por ellos en caso de pérdida, destrucción o daño, que provenga de negligencia comprobada y no como casos fortuitos de fuerza mayor.

- j) Someterse a las medidas usuales de higiene, de seguridad y de prevención de accidentes y riesgos de trabajos prescritos por las autoridades del ramo y las que ordene la empresa.
- k) Ejecutar las labores que le correspondan no debiendo encargar a otra persona la realización del trabajo que les ha sido encomendado, ni cambiar de puesto de trabajo, ni alterar las horas de labor o reducirlas o suspender el servicio sin sujetarse a la reglamentación respectiva de turnos y horarios asignados.
- l) Permanecer dentro del área del trabajo durante las horas laborables, salvo el caso de los trabajadores que por su función tengan que concurrir a otras áreas o instalaciones.
- m) Realizar otras tareas que sus superiores les encomienden.
- n) Proporcionar al Departamento Administrativo los datos requeridos sobre u cambio de domicilio, estado civil, nacimiento de hijos, etc., con la correspondiente justificación cuando fuere el caso.
- o) Utilizar el teléfono de la EMPRESA para asuntos de trabajo y no abusar de su empleo con fines particulares.
- p) Tratar al público en general y en especial a los clientes de la EMPRESA, con la cortesía del caso, brindándoles además un trato delicado y amable en todo momento, fomentando el progreso de la EMPRESA y de todos los trabajadores de la misma; si por cualquier circunstancia se suscitare algún incidente con un cliente o proveedor, el EMPLEADO antes de contradecir llevará el caso a su inmediato superior a fin de que lo resuelva.
- q) Exponer sus quejas o reclamos en forma comedida al superior jerárquico.
- r) Reportar a sus superiores jerárquicos los hechos o circunstancias que causen daño a la EMPRESA o que afecten o impidan el cumplimiento de sus labores.

- s) Cuidar del mantenimiento de los vehículos - chivas, equipos, maquinarias y herramientas con las cuales labora el EMPLEADO y en caso de pérdida, desperfecto o daño, dar aviso inmediato al superior.
- t) Asistir a los eventos de capacitación programados por la EMPRESA dentro de los horarios establecidos para los mismos.
- u) No intervenir, ni dirigir actividades políticas, religiosas o proselitismo dentro de las dependencias de la EMPRESA.
- v) No emplear, sin autorización de la EMPRESA, útiles, herramientas, equipos y otros bienes de propiedad de la misma o destinarlos a usos distintos de los que les son naturales; ni disponer de estos implementos o de materiales o de bienes de la EMPRESA, en cualquier forma, sin perjuicio de que se pudiere ser catalogada como una falta grave dependiendo del perjuicio que causare a la EMPRESA.

Art. 53.- A más de las prohibiciones establecidas para los trabajadores en el Art. 46 del Código de Trabajo, se suman aquellas controversias al presente Reglamento Interno de Trabajo cuyas violaciones constituirán indisciplina, desobediencia o falta grave al mismo y darán derecho a la EMPRESA a solicitar el visto bueno del EMPLEADO de conformidad con lo que establece el numeral segundo del Art. 172 del Código de Trabajo.

- a) Concurrir al lugar de trabajo bajo efecto de bebidas alcohólicas aún cuando no se encuentre en estado de embriaguez, o bajo los efectos de estupefaciente o drogas.
- b) Introducir o ingerir bebidas alcohólicas, estupefacientes o drogas durante la jornada de trabajo en los vehículos o en los predios de la EMPRESA.
- c) Promover algazaras, reyertas o escándalos en los lugares de trabajo.

- d) Portar armas de cualquier clase en el centro de trabajo, salvo el caso del personal de guardianía o vigilancia y aquel que esté autorizado por escrito.
- e) Agredir o injuriar de manera verbal o escrita a los clientes, proveedores, compañeros de trabajo o superiores jerárquicos.
- f) Causar graves daños a los bienes o pertenencias de la EMPRESA, de los compañeros de trabajo o de los clientes; o ponerlos en grave riesgo.
- g) Hacer afirmaciones o propagar rumores falsos que vayan en detrimento de la EMPRESA o de alguno de sus personeros o que creen inquietud y malestar en el personal o entre la empresa y sus clientes.
- h) Desatender o suspender la ejecución de las labores, promover o participar en dichas suspensiones o abandonar el sitio de trabajo sin fundamento legal.
- i) Boicotear o limitar maliciosamente su trabajo o el de los demás con el objeto de reducir los volúmenes de producción de la EMPRESA.
- j) Exigir a los clientes de la EMPRESA la entrega de dinero, propinas o beneficios por los servicios prestados a ellos.
- k) Tomar o usar arbitrariamente cualquier objeto de propiedad de los clientes, proveedores o compañeros o usar en provecho propio los bienes y servicios destinados exclusivamente al uso de los clientes.
- l) Disponer del dinero recibido de los clientes por la venta de mercaderías o por el pago de los servicios prestados por la EMPRESA.
- m) Firmar a nombre de la EMPRESA sin la autorización escrita correspondiente, o utilizar para asuntos personales a nombre de la EMPRESA o sus papeles, sellos o logotipos.

- n) Hacer competencia a la EMPRESA o comercializar con sus productos o materias primas, o prestar asesoría o servicios profesionales a negocios de la misma rama de actividad.
- o) Cometer actos que signifiquen abuso de confianza, fraude y otros que impliquen comisión de delito o contravención de Policía, reservándose la EMPRESA el derecho de tomar acciones laborales, civiles y penales de Ley que considere pertinentes.
- p) Informarse del contenido de comunicaciones o de cualquier otra información confidencial de la EMPRESA, salvo que hay sido autorizado, y en todo caso, bajo obligación de reserva.
- q) Divulgar cualquier dato de carácter reservado de la EMPRESA, sea de carácter técnico, industrial, comercial, administrativo o de cualquier índole que hubiere llegado a su conocimiento.
- r) Tener otro empleo en la misma rama o actividad o intervenir, directa o indirectamente en sociedades que tengan negocios del mismo giro con la EMPRESA.
- s) Realizar durante las horas de trabajo, dentro o fuera de la EMPRESA según el cargo que desempeñe, trabajo para otras personas naturales o jurídicas, sin autorización escrita del representante legal de la EMPRESA.
- t) Acosar a clientes, proveedores o compañeros de trabajo tanto dentro como fuera de las instalaciones de la EMPRESA.
- u) Las demás contempladas en el Código de Trabajo.

Capítulo XII: OBLIGACIONES DE LA EMPRESA

Art. 54.- Son obligaciones de la EMPRESA, aparte de las establecidas en las leyes, las siguientes:

- a) Mantener las instalaciones en adecuado estado de funcionamiento, desde el punto de vista higiénico y de salud.
- b) Llevar un registro actualizado en el que consten nombres, edades, datos personales, estado civil, cargas familiares, antigüedad en el servicio, y, en general todo hecho que se relacione con la prestación de labores y actividades de los trabajadores de la EMPRESA.
- c) Proporcionar a todos los trabajadores los implementos e instrumentos necesarios para el desempeño de sus funciones, así como ropa de trabajo apropiada, uniformes e implementos de seguridad.
- d) Tratar a los empleados o trabajadores con el natural respeto y la consideración que se merecen.
- e) Atender, dentro de las previsiones de la Ley y de este Reglamento los reclamos de los trabajadores.
- f) Facilitar a las autoridades de Trabajo las inspecciones que sean del caso para que constaten el fiel cumplimiento del Código de Trabajo y del presente Reglamento.
- g) Difundir y proporcionar un ejemplar del presente Reglamento Interno de Trabajo a sus trabajadores para asegurar el conocimiento y cumplimiento del mismo.

4.7.4. Requerimientos de personal para el inicio de las actividades

Para identificar el personal necesario para iniciar operaciones se divide el número de horas de recorrido que son 2 por el número de vueltas que resulta 12 horas; sin embargo se debe considerar que los choferes al inicio de cada día deben preparar los vehículos y al término de la jornada deben guardar la unidad por lo tanto se aumentará 1 hora y media a la jornada en la mañana y una hora en la noche, entonces:

Jornada = 2 horas de recorrido x 6 vueltas + 2 horas

Jornada = 12 horas + 2 horas = 14 horas

Turnos = $\frac{\text{Jornada de trabajo proyecto}}{\text{Jornada de legal de trabajo}} = \frac{14 \text{ h}}{8 \text{ h}} = 1,75 = 2$ turnos

Jornada de legal de trabajo 8 h

El personal necesario para prestar directamente el servicio será de 1 chofer y 1 guía de turismo por chiva, en dos turnos, cada turno será de 8 horas.

De la misma forma es ineludible contratar a 2 personas para que atiendan las reservaciones y ventas de boletos en la oficina.

Una contadora es importante a la hora de presentar las declaraciones de impuestos, pagar a proveedores internos y externos, llevar al día el sistema financiero de la empresa.

4.8. Análisis Legal

La empresa por su actividad pertenece al sector turístico por lo tanto debe cumplir con las leyes, normas y reglamentos creadas para el sector, tomando en cuenta las leyes tributarias, de compañías y otras relacionadas.

4.8.1. Clasificación y Categoría

El servicio ofertado en este proyecto no está categorizado en el Ministerio de Turismo por ser un producto nuevo. Al inicio de sus actividades la empresa debe ser creada dentro del sector de *Otras Actividades Turísticas* ya que ninguna categoría engloba el transporte con tours guiados, cumpliendo la norma vigente y otras posteriores en lo relacionado al transporte y las licencias que deben tener los guías de turismo.

4.8.2. Constitución Empresa

La empresa se la constituirá como Compañía de Responsabilidad Limitada por los siguientes motivos:

1. Tres socias buscan constituir una empresa familiar: Maribel Ayala, Norma Ayala y Viviana Ayala.
2. Se puede aceptar nuevos socios en el futuro, hasta completar 15, con el consentimiento unánime de las fundadoras.
3. Poner en prácticas conocimientos adquiridos.
4. Ganar independencia económica

Denominación.- es el nombre con el que se conocerá a la empresa. En el caso este tipo de empresas la denominación social se rige por dos principios:

5. El “principio de propiedad” se refiere a que cada compañía es de su dominio o propiedad y no puede ser adoptado por ninguna otra.
6. El “principio de inconfundibilidad o peculiaridad” consiste en que el nombre de cada compañía debe distinguirse claramente de otras sociedad sujetas a control y vigilancia de la Superintendencia de Compañías.

La denominación del proyecto será **CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL**

Capital.- es el capital tangible o intangible que se utilizará para iniciar la empresa.

En el presente proyecto cada socia aportará USD20.000,00 (veinte mil 00/100 dólares americanos) en efectivo. El capital total será de USD60.000,00 mismo que será depositado en la Cuenta de Integración de Capital en Produbanco. El banco extenderá un certificado de la apertura de la cuenta especificando el monto total de apertura.

Cuadro No. 93

Aportes de Capital de las Socias			
Nombres socios	Capital	Número de participaciones	Capital Total
Maribel Ayala	USD20.000,00	33,33%	USD20.000,00
Norma Ayala	USD20.000,00	33,33%	USD20.000,00
Viviana Ayala	USD20.000,00	33,33%	USD20.000,00
TOTAL			USD60.000,00

Elaborado por: La autora

Objeto.- se refiere a la razón de ser de la empresa.

El objeto del proyecto es prestar el servicio de tours guiados por el Centro Histórico de Quito en vehículos conocidos como chivas.

Informe Previo.- empresas que tienen fines nuevos no regulados por leyes específicas deben entregar un informe previo, tales como: transporte de pasajeros, Courier, limpieza, y vigilancia.

Este proyecto requiere del Informe de la Empresa Pública Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas (EMMOP) de Quito, dicho documento debe ser incorporado como habilitante para la Constitución de la Empresa.

Constitución.- la empresa será creada mediante escritura pública firmada a favor de las tres socias fundadoras.

Administración y Representante Legal.- la administración de la empresa estará a cargo de las tres socias mediando decisiones unánimes. La representante legal de la empresa será la Autora, creadora del proyecto.

4.8.3. Requisitos para la Conformación de la Empresa

4.8.3.1. Escritura de Constitución

La escritura de Constitución de la Empresa deberá contener:

1. Nombres y apellidos de las socias, así como la nacionalidad, domicilio y estado civil;
2. La denominación específica de la empresa;
3. El domicilio fijado como sede de la empresa;
4. El objeto de la empresa;
5. El plazo de duración de la empresa;
6. El monto del capital asignado a la empresa por parte de las socias de conformidad con el artículo 45 de la Ley de Compañías;
7. Autorización de la EMMOP;
8. La determinación del gobierno y administración de la empresa, incluyendo las funciones;
9. Nombramiento del representante legal;
10. Cualquier otra disposición lícita que las socias desean añadir.

Una vez otorgada la escritura pública, por parte de la notaría, el Representante Legal acudirá a uno de los jueces de lo civil del domicilio principal de la misma, solicitando su aprobación e inscripción en el Registro Mercantil.

Si hay inconvenientes con el cumplimiento de los requisitos legales necesarios el juez ordenará la publicación por una sola vez de un extracto de la escritura antedicha en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio principal de la empresa.

4.8.3.2. Inscripción del Representante Legal

Para legitimar al representante legal, se utilizará una copia certificada y actualizada de la escritura que contenga el acto consultivo de la empresa con la correspondiente inscripción en el Registro Mercantil, o una certificación actualizada del Registrador Mercantil en la que se acredite la existencia y denominación de la empresa, domicilio principal, objeto, plazo de duración, capital empresarial y la identidad de los socios.

4.8.3.3. Registro Único de Contribuyentes

Se lo obtiene en el Servicio de Rentas Internas, en esta institución se asignará un número para el control de pago anual del impuesto a la renta y la declaración del impuesto al valor agregado IVA.

- Original y copia o copia certificada de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el Registro Mercantil
- Original y copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil
- Original y copia de la hoja de datos generales otorgada por la superintendencia de Compañías
- Original y copia de la cédula de identidad y papeleta de votación del representante legal
- Copia del contrato de arrendamiento legalizado o con el sello de inquilinato vigente a la fecha de inscripción

4.8.4. Requisitos legales que debe cumplir la empresa turística en Quito

Los requisitos que se debe realizar para la constitución de una empresa turística en la ciudad de Quito son los siguientes:

7. Solicitud de certificación del Registro en el Ministerio de Turismo
8. Licencia Única Anual de Funcionamiento
9. Afiliación a la Cámara de Turismo de Pichincha, CAPTUR

4.8.4.1. Certificado de Registro en el Ministerio de Turismo

Obligación: obtener el Registro de Turismo en el Ministerio de Turismo

La empresa está obligada a obtener la certificación del Ministerio de Turismo como una empresa operadora de turismo dentro de la categoría de otras actividades turísticas.

Requisitos:

1. Copia certificada de la Escritura de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos.
2. Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en la Oficina del Registro Mercantil.
3. Copia del RUC
4. Copia de la cédula de identidad del representante legal
5. Copia de la papeleta de votación del representante legal
6. Copia del contrato de arrendamiento del local debidamente legalizado.
7. Certificado de búsqueda del nombre comercial emitido por el Instituto Ecuatoriano del Propiedad Intelectual – IEPI.
8. Lista de precios del servicio ofertado
9. Declaración juramentada de activos fijos para la cancelación del uno por mil.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad.

Sanción: El no registro se sancionará con USD100,00 y la clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

Cuadro No. 94

Costo Certificado Ministerio de Turismo		
Establecimiento	Categoría	Valor
Operadora de Turismo	Otras actividades	150,00

Fuente: Ministerio de Turismo

Elaborado por: La autora

4.8.4.2. Afiliación a la Cámara de Turismo de Pichincha

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar las cuotas sociales

Todo establecimiento turístico está obligado a afiliarse a la Cámara de Turismo de Pichincha para continuar con su actividad y obtener permisos relevantes como la licencia anual de funcionamiento.

Base Legal: Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento

Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicados a actividades turísticas tendrán que, previo al ejercicio de dichas actividades, afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción.

Las Cámaras otorgarán certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

Reglamento a la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo

Art. 4.- Para efectos de la organización a ellas, se considerarán como asociados a todas las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, propietarias de empresas y establecimientos dedicados a actividades turísticas, domiciliadas en el Ecuador, que realicen servicios relacionados con la actividad turística, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del turismo su profesión habitual.

Art. 5.- Las personas determinadas en el artículo anterior, estarán en la obligación de afiliarse en la Cámara de Turismo respectiva, y al así hacerlo, no tendrá la obligación de afiliarse a ninguna otra Cámara.

Las Cámaras Provinciales precederán, de inmediato, a levantar el censo de aquellas personas dedicadas a la actividad turística, notificándoles por escrito para que en el plazo de 60 días, cumplan con esta obligación. Transcurrido este plazo, las Cámaras harán uso de la facultad que les concede la Ley y el presente Reglamento.

La cuota de afiliación es de USD 350,00 para las operadoras de turismo. Junto con la afiliación se debe pagar tres cuotas mensuales por adelantado; el resto de mensualidades deberán ser pagadas de forma bimensual.

Requisitos:

1. Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía o minuta
2. Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente.
3. Copia del Certificado de Registro del Min. De Turismo
4. Copia del Registro Único de Contribuyentes (R. U. C.)
5. Cancelar la cuota de afiliación
6. Llenar formulario en línea

Cuadro No. 95

Costo Afiliación Cámara de Turismo de Pichincha		
Establecimiento	Categoría	Valor
Operadora de Turismo	Otras actividades	\$ 350,00

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 96

Cuota Mensual Cámara de Turismo de Pichincha		
Establecimiento	Categoría	Valor
Operadora de Turismo	Otras actividades	\$ 22,40

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha

Elaborado por: La autora

4.8.4.3. Licencia Anual de Funcionamiento de los Establecimientos

Es la única autorización legal necesaria otorgada por el Municipio de Quito a los establecimientos turísticos sin la cual no podrán operar y tendrán validez por el año que se la otorgue.

Obligación: Renovar Licencia Única Anual de Funcionamientos en el Ministerio o Municipio respectivo, según corresponda, y los establecimientos ubicados dentro del Distrito Metropolitano de Quito, en la Ventanilla Única Turística.

Requisitos:

10. Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamientos para establecimientos turísticos
11. Comprobante de pago de la patente municipal
12. Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC
13. Inspección Aprobada de Control de Calidad

Plazo: Establecimientos nuevos deben hacer de inmediato. Renovaciones: hasta el 31 de marzo de cada año.

Sanción: La falta de registro o renovación se sancionará con la clausura del establecimiento

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de la Aplicación de la Ley de Turismo.

Cuadro No. 97

Costo Licencia Única Anual de Funcionamiento		
Establecimiento	Categoría	Valor
Operadora de Turismo	Otras actividades	\$250,00

Fuente: Cámara de Turismo de Pichincha

Elaborado por: La autora

4.8.5. Otros trámites

4.8.5.1. Patente Municipal

Obligación: Obtener el permiso de Patente, TODOS los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo: hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

Base Legal: Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386 Código Municipal para el DMQ, Ordenanza 001. Art. III 33 al III. 46 (R.O. No. 226 del 31 de diciembre de 1997); R.O. 234 del 29 de Dic. De 2000

Requisitos:

- Copia de la escritura de constitución de compañía (íntegra)
- Copia de la Resolución de Constitución otorgada por la Superintendencia de Compañías
- Copia de la C.I. de cada uno de los socios
- Formulario declaración de Patente con el dato de la clave catastral (\$0.20)

Cuadro No. 98

Costo Patente Municipal		
Establecimiento	Categoría	Valor
Operadora de Turismo	Otras actividades	\$ 360,20

Fuente: Municipio de Quito
Elaborado por: La autora

4.8.5.2. Bomberos

Obligación: renovar anualmente el permiso de funcionamiento que otorga el Cuerpo de Bomberos de Quito hasta el 31 de marzo de cada año.

Base Legal: Ley de Defensa Contra Incendios (Art. 35) y su Reglamento (Art. 40).

Requisitos:

14. Solicitud de inspección al local, emitida por el Municipio de Quito
15. Informe favorable de la inspección
16. Copia del RUC
17. El costo está incluido en la Licencia Única Anual de Funcionamiento

4.8.5.3. Publicidad Exterior

Sirve para colocar mensajes publicitarios (rótulos, letreros, etc.) en espacios públicos o inmuebles de propiedad privada. Es la autorización que concede el Municipio de Quito para instalar cualquier tipo de publicidad ya sea grande o pequeña.

Obligación: Pagar el permiso por la instalación de rótulos o cualquier medio de publicidad al Municipio correspondiente,

Plazo: obtención una vez instalado el rótulo y el permiso tiene validez durante dos años.

Base Legal: Ordenanza 0186, R.O. 401 del 21 de noviembre del 2006.

* La señalización informativa turística, se sujetará a la ubicación, diseño, dimensiones y alturas aprobadas en el informe técnico emitido por la Empresa Metropolitana de Servicios y Administración del Transporte ahora administrada por EPMMOP, de acuerdo al Manual de Señalización vigente y los que posteriormente se aprueben por los organismos competentes. Esta deberá ser autorizada por el Comité Metropolitano de Publicidad y la licencia extendida por la Administración Zonal.

Requisitos para la Autorización de la publicidad exterior para la instalación de señalización informativa turística, información ciudadana en general y Mobiliario Urbano Turístico:

1. Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
2. Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;
3. Informe técnico favorable emitido por la EPMMOP, de que el diseño del elemento cumple con la normativa;
4. Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano respecto de que la publicidad a ser instalada no afecta proyecto municipal alguno;
5. Informe técnico favorable de la Administración Zonal respectiva de que la publicidad a instalarse se ajusta al máximo de dimensiones permitidas por la ordenanza y cumple con la distancia mínima entre vallas, entre carteleros o entre vallas y carteleros publicitarios.
6. Informe de la Administración Zonal, de las garantías que debe rendir el administrado por el cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, fenecido el término de la licencia o por haberse dispuesto su revocatoria;

7. Forma de pago o compensación de la regalía por el uso del espacio público, garantía por cumplimiento de las obligaciones adquiridas y seguro por daños a terceros;
8. El compromiso de mantenimiento del área de implantación y el área circundante en el radio de seis metros y el desmontaje de la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario al vencimiento del plazo del permiso o de su revocatoria; e,
9. La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

Vigencia de la licencia

Toda licencia de instalación de publicidad fija autoriza la implantación de la misma y tiene vigencia de hasta **UN AÑO** contado a partir de su concesión.

* El titular de la licencia de instalación hará constar en la parte inferior izquierda del medio publicitario, el número del permiso y su fecha de vencimiento.

Cuadro No. 99

Costo Publicidad Exterior Anual				
Permiso	Tasa por m2	Dimensiones	Total	Valor
Largo Plazo	US\$ 5	1m x 1m	1m2	\$ 5,00

Fuente: Municipio de Quito

Elaborado por: La autora

Matricula de chivas

La matriculación vehicular es requisito indispensable para la circulación de las chivas ya sea dentro o fuera de la ciudad.

Obligación: todo propietario de un vehículo debe registrarlo para el pago oportuno de los impuestos.

Proceso:

- Los vehículos públicos deben dirigirse a la EPMMOP por una hoja de ingreso (parte de trabajo) para la CORPAIRE. El dueño del vehículo deberá hacer llegar por fax o personalmente la factura de compra, conteniendo el Certificado de

Producción Nacional (CPN) o el Documento Único de Importación (DUI). Una vez realizado este trámite, se podrá realizar el pago de la Revisión Técnica Vehicular en Servipagos.

- Llevar el vehículo al Centro de Revisión y Control Vehicular (CRCV) de su elección. En caso de ser un vehículo pesado deberá llevarlo únicamente a "Guamaní" o "Carapungo".
- Estacionar el vehículo en una de las plazas de la playa de parqueo ubicada al interior del CRCV.
- Entregar en la ventanilla de atención al usuario del CRCV los siguientes documentos:
 - Factura de compra, conteniendo el Certificado de Producción Nacional (CPN) o el Documento Único de Importación (DUI). Estos números remplazan a la placa, en vehículos nuevos.
 - Comprobante de pago del servicio de Revisión Técnica Vehicular
 - Llaves del vehículo.
- Una vez que ha recibido el comprobante de entrega del vehículo, pasar a la sala de espera y observación de la Revisión Técnica Vehicular.
- Al ser llamado, dirigirse nuevamente a la ventanilla de atención al usuario.
- Recoger el certificado de Revisión Técnica Vehicular (en caso de aprobación, copia del usuario y desprendible de la Policía) y las llaves del vehículo.
- En caso de haber sido calificado como "condicional", retirar su vehículo y traerlo reparado, dentro del plazo establecido en el certificado de Revisión Técnica Vehicular.

- Si la aprueba, le será concedido un período de exención (un año para vehículos de uso privado y seis meses para los de servicio público).
- En caso de haber aprobado la Revisión Técnica Vehicular, dirigirse a la Comisión Provincial de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial de Pichincha con el comprobante de pago de matrícula realizado en los Bancos autorizados, el Seguro Obligatorio de Accidentes de Tránsito, “SOAT”, y el Certificado de Revisión Técnica Vehicular otorgado por la CORPAIRE a canjear por el Documento de Circulación Vehicular (sticker).

Cuadro No. 100

Costo Matrícula Chivas (cifras en dólares)			
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor
Matricula vehículo	1000	2	\$ 2.000,00
Revisión vehicular	37,63	2	\$ 75,26
Seguro SOAT	121,42	2	\$ 242,84
Total			\$ 2.318,10

Fuente: Municipio de Quito
Elaborado por: La autora

En resumen los gastos para la constitución de la empresa ascienden a USD2.762,74

Cuadro No. 101

Gastos de Constitución de la Empresa (cifras en dólares)	
Detalle	Valor
Creación de la Empresa	
Informe de la EMMOP	\$ 100,00
Honorarios abogado	\$ 200,00
Escritura de Consolidación	\$ 300,00
Inscripción en el Registro Mercantil	\$ 61,82
Publicación del extracto	\$ 30,00
Permisos Sector Turístico	
Certificado de Registro Ministerio de Turismo	\$ 150,00
Licencia Única Anual de Funcionamiento Quito	\$ 250,00
Patente Municipal	\$ 360,20
CAPTUR: cuota de admisión	\$ 350,00
CAPTUR: cuotas mensuales de 3 meses	\$ 67,20
Matriculación Vehicular	\$ 2.318,10
Publicidad Exterior	\$ 5,00
Total	\$ 4.192,32

Fuente: Municipio de Quito
Elaborado por: La autora

CAPÍTULO V

ESTUDIO ECONÓMICO - FINANCIERO

5.1. Objetivo

Determinar la inversión y el financiamiento necesario para el proyecto; consecuentemente sistematizar de forma contable, económica y financiera los estudios anteriormente expuestos para evaluar los resultados de la actividad de emprender el proyecto.

5.2. Inversión

5.2.1. Inversión en Activos Fijos

Los activos fijos requeridos para el inicio de las actividades son las chivas, el equipo de computación y los muebles y enseres para la oficina. A continuación los cuadros resumen de inversión requerida para estos activos:

Cuadro No. 102

Inversión Vehículos - Chivas					
(cifras en dólares)					
Detalle	Precio	Cantidad	Subtotal	IVA	Total
Camión (Dina S.A.)	32.589,29	2	65.178,57	7.821,43	73.000,00
Carrocería (Esmetal)	10.190,00	2	20.380,00	2.445,60	22.825,60
Amplificación y parlantes(casa Parra)	450,00	2	900,00	108,00	1.008,00
Micrófonos	300,00	2	600,00	72,00	672,00
Total					97.505,60

Fuente: Proformas

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 103

Inversión Equipos de Computación (cifras en dólares)					
Detalle	Precio	Cantidad	Subtotal	IVA	Total
Laptop HP 1335LA	2079,00	1	2079,00	249,48	2.328,48
Impresora Samsung SCX-4216F	358,80	1	358,80	43,06	401,86
Impresora Zebra LP-2844	447,20	1	447,20	53,66	500,86
Total					3.231,20

Fuente: Proforma COMPUCIMA S.A.

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 104

Inversión Muebles y Enseres (cifras en dólares)					
Detalle	Precio	Cantidad	Subtotal	IVA	Total
Estación counter de recepción con panel frontal	360,00	1	360,00	43,20	403,20
Estación de trabajo L 150 x60, auxiliar 90 x 60	280,00	1	280,00	33,60	313,60
Sillón ejecutivo espaldar bajo tapizado en cuerina	120,00	1	120,00	14,40	134,40
Tándem tripersonal	180,00	1	180,00	21,60	201,60
Silla secretaria, giratoria, rodante, base neumática	70,00	1	70,00	8,40	78,40
Archivador vertical de 4 gavetas	180,00	1	180,00	21,60	201,60
Total					1332,80

Fuente: Proforma Almacén El Mueble

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 105

Resumen de Inversiones y Depreciación (cifras en dólares)						
ACTIVO	VALOR	VIDA ÚTIL (años)	PORCENTAJE	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN PROYECTO	SALDO LIBROS CONTABLES
Vehículos	\$ 97.505,60	5	20%	\$ 19.501,12	\$ 97.505,60	\$ 0,00
Equipos de computación	\$ 3.231,20	3	33%	\$ 1.077,07	\$ 3.231,20	\$ 0,00
Muebles y Enseres	\$ 1.332,80	10	10%	\$ 133,28	\$ 666,40	\$ 666,40
Imprevistos 5%	\$ 102.069,60					
	\$ 5.103,48	5	20%	\$ 1.020,70	\$ 5.103,48	\$ 0,00
TOTAL	\$ 107.173,08			\$ 21.732,16	\$ 106.506,68	\$ 666,40

Elaborado por: La autora

5.2.2. Inversión en Activos Diferidos

La inversión diferida constituyen los gastos preoperativos que son los que se realizarán antes de que la empresa empiece a operar son los siguientes:

Gastos de capacitación: es necesario instruir a choferes, guías y otros empleados de servicio al cliente en el trato e información para el cliente así como el recorrido que se realizará.

Cuadro No. 106

Capacitación al personal (cifras en dólares)	
Detalle	Valor
Instrucciones sobre recorrido	300,00
Servicio al cliente	300,00
Total	600,00

Elaborado por: La autora

Gastos de Constitución: corresponde a los gastos legales necesarios para la iniciar las operaciones en la ciudad de Quito. De acuerdo al resumen presentado en el Cuadro No. 101 el valor es de USD4.192,32.

Gastos Uniforme Personal: con el fin de distinguir los empleados se les proporcionará uniformes.

Cuadro No.107

Uniformes Empleados (cifras en dólares)		
Detalle	Unidades	Valor
Camisas polo unisex	1 docena	240,00
Pantalones Texas	1 docena	180,00
Total		420,00

Fuente: D& Bond

Elaborado por: La autora

Gasto publicidad: el presupuesto estimado en el Plan de Mercadeo para publicitar el servicio es de USD2.615,00.

Resumen Inversión Preoperativa

En resumen la inversión preoperativa que se realizará será como se detalla a continuación:

Cuadro No. 108
Resumen Inversión Preoperativa
(cifras en dólares)

Detalle	Valor
Gasto Capacitación al personal	600,00
Gastos de constitución	4.192,32
Gasto Uniformes para el personal	420,00
Gasto de publicidad	2.615,00
Total	7.827,32

Elaborado por: La autora

La inversión preoperativa se amortizará por 5 años de la siguiente manera:

Cuadro No. 109
Amortizaciones Activos Diferidos
(cifras en dólares)

Detalle	Valor	Años	Valor Anual
Gasto Capacitación al personal	\$ 600,00	5	\$ 120,00
Gastos de constitución	\$ 4.192,32	5	\$ 838,46
Gasto Uniformes para el personal	\$ 420,00	5	\$ 84,00
Gasto de publicidad	\$ 2.615,00	5	\$ 523,00
Total Amortización Anual			\$ 1.565,46

Elaborado por: La autora

5.3. Determinación de Costos

Costos Repuestos e Insumos.- comprenden los repuestos e insumos necesarios para el funcionamiento de los vehículos tales como combustible, aceite, llantas y filtros según las especificaciones de los cuadros No. 77-83.

Cuadro No. 110

Resumen de Costos Repuestos e Insumos para las Chivas			
Año: 2012			
(cifras en dólares)			
Detalle	Cantidad	Precio por unidad	Total
Combustible	1463 galones de diesel	\$ 1,03	\$ 1.506,38
Cambio de Aceite	208 galones de aceite	\$ 20,00	\$ 4.160,00
Cambio de Llantas	24 llantas	\$ 400,00	\$ 9.600,00
Cambio de Filtros	312 filtros	\$ 35,00	\$ 10.920,00
Cambio de Baterías	8 baterías	\$ 300,00	\$ 2.400,00
Cambio Halógenos	96 alógenos	\$ 15,00	\$ 1.440,00
Control de Aire	12 veces	\$ 60,00	\$ 720,00
Total Insumos			\$ 30.746,38

Fuente: Gasolinera Petrocomercial y Concesionario DINA

Elaborado por: La autora

Costo Sueldos Mano de Obra.- de acuerdo a lo determinado en el Análisis Organizacional se requiere calcular el sueldo de los guías de turismo, choferes, servicio al cliente, contadora externa y gerente general, así:

Cuadro No. 111

Sueldos Mano de Obra Directa						
Año: 2012						
(cifras en dólares)						
CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS			Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Aporte patronal		
Guía turístico 1	400,00	33,33	22,00	44,60	99,93	499,93
Guía turístico 2	400,00	33,33	22,00	44,60	99,93	499,93
Guía turístico 3	400,00	33,33	22,00	44,60	99,93	499,93
Guía turístico 4	400,00	33,33	22,00	44,60	99,93	499,93
Chofer 1	450,00	37,50	22,00	50,18	109,68	559,68
Chofer 2	450,00	37,50	22,00	50,18	109,68	559,68
Chofer 3	450,00	37,50	22,00	50,18	109,68	559,68
Chofer 4	450,00	37,50	22,00	50,18	109,68	559,68
Total Sueldo Básico	3400,00				Total Sueldo Mensual	4.238,43
					Total Sueldo Anual	\$ 50.861,20

Elaborado por: La autora

Cuadro No.112

Sueldos Anuales Mano de Obra Indirecta						
Año 2012						
(cifras en dólares)						
CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS			Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Aporte patronal		
Vendedor 1	350,00	29,17	22,00	39,03	90,19	440,19
Vendedor 2	350,00	29,17	22,00	39,03	90,19	440,19
Contadora	250,00	20,83	22,00	27,88	70,71	320,71
Gerente	600,00	50,00	22,00	66,90	138,90	738,90
Total Sueldo Básico	1550,00					
				Total Sueldo Mensual		1.939,99
				Total Sueldo Anual		\$ 23.279,90

Elaborado por: La autora

Costos generales de fabricación.- constituyen los gastos generales para el buen funcionamiento del proyecto tales como servicios básicos, seguros de las chivas, publicidad, comisiones, entre otros.

En el caso de las comisiones el porcentaje máximo de comisión por cobros con tarjetas de crédito es del 10% sobre el precio de venta. Se estima cubrir una demanda de 43.000 personas; entonces los ingresos ascienden a USD216.000,00 en el primer año, el 10% es 21.600,00.

Cuadro No. 113

Cálculo Costo Variable Unitario para el año 2012		
43200 personas		
(cifras en dólares)		
Detalle	Tipo	Costo Total
Suministros y Materiales	Variable	1.000,00
Servicios Básicos	Variable	1.500,00
Suministros de computación	Variable	1.000,00
Gastos Bancarios	Variable	300,00
Mantenimiento Equipos	Variable	500,00
Publicidad	Variable	2.615,00
Comisión Tarjetas de crédito	Variable	21.600,00
Gastos varios	Variable	1.000,00
Total Costos Variables		29.515,00

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 114

Cálculo Costo Fijo Unitario para el año 2012		
43200 personas		
(cifras en dólares)		
Detalle	Tipo	Costo Total
Arriendo	Fijo	4.800,00
Gasto seguridad	Fijo	5.000,00
Seguro vehículos	Fijo	4.554,18
Matrícula Vehicular	Fijo	75,26
Patente Municipal	Fijo	160,76
LUAF	Fijo	250,00
Permiso Publicidad	Fijo	5,00
Cuota CAPTUR	Fijo	201,60
Gasto Uniformes	Fijo	420,00
Intereses	Fijo	10.264,74
Depreciación	Fijo	21.732,16
Amortización	Fijo	1.565,46
Total Costos Fijos		49.029,16

Elaborado por: La autora

Costo de Venta.- para obtener el costo de venta se ha sumado los costos de insumos y repuestos, los costos por la mano de obra directa y los costos generales; el costo de venta unitario es de USD4,25 y el costo total es de USD 183.431,64 para las 43200 personas que se planea servir en el primer año de operación del proyecto.

Cuadro No. 115

Cálculo del Costo Total y Costo Unitario para el año 2012		
43200 personas		
(cifras en dólares)		
Detalle	Costo Total	Costo por unidad
Insumos y repuestos		
Insumos y repuestos	<u>30.746,38</u>	<u>0,71</u>
Total	30.746,38	0,71
Mano de Obra		
Mano de obra directa	<u>50.861,20</u>	<u>1,18</u>
Total	50.861,20	1,18
Costos Generales		
Mano de obra indirecta	23.279,90	0,54
Suministros y Materiales	1.000,00	0,02
Servicios Básicos	1.500,00	0,03
Suministros de computación	1.000,00	0,02
Gastos Bancarios	300,00	0,01
Mantenimiento Equipos	500,00	0,01
Publicidad	2.615,00	0,06
Comisión Tarjetas de crédito	21.600,00	0,50
Gastos varios	1.000,00	0,02

Cálculo del Costo Total y Costo Unitario para el año 2012		
43200 personas		
(cifras en dólares)		
Detalle	Costo Total	Costo por unidad
Arriendo	4.800,00	0,11
Gasto seguridad	5.000,00	0,12
Matrícula vehicular	75,26	0,00
Gasto uniformes	420,00	0,01
Permiso publicidad	5,00	0,00
LUA F	250,00	0,01
Patente Municipal	160,76	0,00
Seguro vehículos	4.554,18	0,11
Cuota CAPTUR	201,60	0,00
Depreciación	21.732,16	0,50
Intereses Bancarios	10.264,74	0,24
Amortización	1.565,46	0,04
Total Costos Indirectos	101.824,06	2,36
Total	183.431,64	4,25

Elaborado por: La autora

En conclusión, la utilidad representa el 15,1% del precio de venta.

Utilidad = Precio - costo			
Utilidad = USD5- USD4,25 = USD0,75			
Valor	%		
\$ 5,00	100		
\$ 0,75	x	= $\frac{0,75 \times 100}{5}$	= 15,1 %
5 x 15,1%			0,75

5.4. Capital de Trabajo

El capital de trabajo constituye el capital necesario para operar durante los primeros meses de funcionamiento del proyecto; sin embargo, en atención al tipo de servicio del proyecto se ha planteado a 30 días de desfase.

Los gastos que deben tomarse en cuenta son sueldos del personal, insumos, materiales y otros.

Resumen del Capital de Trabajo

El Capital de Trabajo se resume de la siguiente manera:

Cuadro No. 116

Resumen Capital de Trabajo (Año 2012, en dólares)	
Detalle	Valor
Mano de Obra Directa	\$ 50.861,20
Mano de Obra Indirecta	\$ 23.279,90
Costo Repuestos e Insumos	\$ 30.746,38
Otros Gastos	\$ 78.544,16
Total	\$ 183.431,64

Elaborado por: La autora

El capital de trabajo para los primeros 90 días de operatividad del proyecto es de USD 45.229,72; se considera 90 días con el fin de fortalecer el negocio pues se necesitará solventar el préstamo bancario, sueldos y otros insumos necesarios para la apertura del negocio.

$$\begin{aligned} & \text{CT CAPITAL DE TRABAJO} \\ & \text{DD Días de desfase} \qquad \qquad \qquad 90 \\ \\ & \text{CT} = \frac{\text{Gastos (Capital de trabajo)} \times \text{DD}}{365} \\ \\ & \text{CT} = \frac{16.508.847,53}{365} \\ \\ & \text{CT} = \text{\$ 45.229,72} \end{aligned}$$

5.5. Inversión Inicial del Proyecto

Seguido se sintetiza en un total de USD160.230,12 como la inversión inicial requerida para el presente Proyecto:

Cuadro No. 117

Inversión Inicial del Proyecto	
Detalle	Valor
Inversión en Activos Fijos	\$ 107.173,08
Inversión Preoperativa	\$ 7.827,32
Inversión Capital de Trabajo	\$ 45.229,72
Total	\$ 160.230,12

Elaborado por: La autora

5.6. Financiamiento

El proyecto será financiado con crédito bancario y financiamiento de las socias de la siguiente manera:

Cuadro No. 118

Financiamiento		
Préstamo Produbanco	\$ 100.000,00	62%
Aporte recursos propios	\$ 60.230,12	38%
Total Financiamiento	\$ 160.230,12	

Elaborado por: La autora

El préstamo será de USD100.000,00 (cien mil 00/100 dólares) con una tasa de interés del 11,83% anual a 36 meses plazo. Este crédito permitirá financiar principalmente las chivas y los accesorios necesarios para prestar el servicio. La diferencia será cubierta por las socias y la misma operación del negocio.

Cuadro No. 119

TABLA DE AMORTIZACIÓN DE PRÉSTAMO

Monto: 100000
Tasa Efectiva: 11,83%
Plazo: 36 meses
Cuota: \$ 3.313,32

Total \$ 119.279,42

MES	SALDO INICIAL	SALDO FINAL	CUOTA MENSUAL	INTERÉS MENSUAL	AMORTIZACIÓN MENSUAL	INTERÉS ACUMULADO	AMORTIZACIÓN ACUMULADA
1	100.000,00	97.672,52	3.313,32	985,83	2.327,48	985,83	2.327,48
2	97.672,52	95.322,09	3.313,32	962,89	2.350,43	1.948,72	4.677,91
3	95.322,09	92.948,49	3.313,32	939,72	2.373,60	2.888,44	7.051,51
4	92.948,49	90.551,49	3.313,32	916,32	2.397,00	3.804,76	9.448,51
5	90.551,49	88.130,86	3.313,32	892,69	2.420,63	4.697,44	11.869,14
6	88.130,86	85.686,36	3.313,32	868,82	2.444,49	5.566,27	14.313,64
7	85.686,36	83.217,77	3.313,32	844,72	2.468,59	6.410,99	16.782,23
8	83.217,77	80.724,84	3.313,32	820,39	2.492,93	7.231,38	19.275,16
9	80.724,84	78.207,34	3.313,32	795,81	2.517,50	8.027,19	21.792,66
10	78.207,34	75.665,01	3.313,32	770,99	2.542,32	8.798,19	24.334,99
11	75.665,01	73.097,63	3.313,32	745,93	2.567,39	9.544,12	26.902,37
12	73.097,63	70.504,93	3.313,32	720,62	2.592,70	10.264,74	29.495,07
13	70.504,93	67.886,67	3.313,32	695,06	2.618,26	10.959,80	32.113,33
14	67.886,67	65.242,61	3.313,32	669,25	2.644,07	11.629,05	34.757,39
15	65.242,61	62.572,47	3.313,32	643,18	2.670,13	12.272,23	37.427,53
16	62.572,47	59.876,01	3.313,32	616,86	2.696,46	12.889,09	40.123,99
17	59.876,01	57.152,97	3.313,32	590,28	2.723,04	13.479,37	42.847,03
18	57.152,97	54.403,09	3.313,32	563,43	2.749,88	14.042,80	45.596,91
19	54.403,09	51.626,10	3.313,32	536,32	2.776,99	14.579,13	48.373,90
20	51.626,10	48.821,73	3.313,32	508,95	2.804,37	15.088,07	51.178,27
21	48.821,73	45.989,71	3.313,32	481,30	2.832,02	15.569,37	54.010,29
22	45.989,71	43.129,78	3.313,32	453,38	2.859,94	16.022,76	56.870,22
23	43.129,78	40.241,65	3.313,32	425,19	2.888,13	16.447,94	59.758,35
24	40.241,65	37.325,04	3.313,32	396,72	2.916,60	16.844,66	62.674,96
25	37.325,04	34.379,69	3.313,32	367,96	2.945,35	17.212,62	65.620,31
26	34.379,69	31.405,30	3.313,32	338,93	2.974,39	17.551,55	68.594,70
27	31.405,30	28.401,59	3.313,32	309,60	3.003,71	17.861,15	71.598,41
28	28.401,59	25.368,26	3.313,32	279,99	3.033,33	18.141,14	74.631,74
29	25.368,26	22.305,03	3.313,32	250,09	3.063,23	18.391,23	77.694,97
30	22.305,03	19.211,60	3.313,32	219,89	3.093,43	18.611,12	80.788,40
31	19.211,60	16.087,68	3.313,32	189,39	3.123,92	18.800,52	83.912,32
32	16.087,68	12.932,96	3.313,32	158,60	3.154,72	18.959,12	87.067,04
33	12.932,96	9.747,14	3.313,32	127,50	3.185,82	19.086,61	90.252,86
34	9.747,14	6.529,92	3.313,32	96,09	3.217,23	19.182,70	93.470,08
35	6.529,92	3.280,97	3.313,32	64,37	3.248,94	19.247,08	96.719,03
36	3.280,97	0,00	3.313,32	32,34	3.280,97	19.279,42	100.000,00
TOTAL			119.279,42	19.279,42	100.000,00		

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 120

Cuotas Anuales de Amortización del Préstamo (cifras en dólares)	
Año	Cuota
2012	29.495,07
2013	33.179,89
2014	37.325,04
Total	100.000,00

Elaborado por: La autora

5.7. Punto de Equilibrio

Para determinar el punto de equilibrio que es el número de personas a quienes se les debe vender el servicio como mínimo, se aplica la siguiente fórmula según el Método de Margen de Contribución:

$$\text{Número de unidades en el punto de equilibrio} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{(\text{Precio de Venta unitario} - \text{Costo Variable unitario})}$$

Analizando los costos presentados anteriormente se procede a distribuirlos como fijos o variables, así:

Cuadro No. 121

Cálculo Costo Variable Unitario para el año 2012 43200 personas (cifras en dólares)			
Detalle	Tipo	Costo Total	Costo por unidad
Mano de obra directa	Variable	50.861,20	1,177
Mano de obra indirecta	Variable	23.279,90	0,539
Insumos	Variable	30.746,38	0,712
Suministros y Materiales	Variable	1.000,00	0,023
Servicios Básicos	Variable	1.500,00	0,035
Suministros de computación	Variable	1.000,00	0,023
Gastos Bancarios	Variable	300,00	0,007
Mantenimiento Equipos	Variable	500,00	0,012
Publicidad	Variable	2.615,00	0,061
Comisión Tarjetas de crédito	Variable	21.600,00	0,500
Gastos varios	Variable	1.000,00	0,023
Total Costos Variables		134.402,48	3,111

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 122

Cálculo Costo Fijo Unitario para el año 2012			
43200 personas			
(cifras en dólares)			
Detalle	Tipo	Costo Total	Costo por unidad
Arriendo	Fijo	4.800,00	0,111
Gasto seguridad	Fijo	5.000,00	0,116
Seguro vehículos	Fijo	4.554,18	0,105
Matrícula Vehicular	Fijo	75,26	0,002
Patente Municipal	Fijo	160,76	0,004
LUAF	Fijo	250,00	0,006
Permiso Publicidad	Fijo	5,00	0,000
Cuota CAPTUR	Fijo	201,60	0,005
Gasto Uniformes	Fijo	420,00	0,010
Intereses	Fijo	10.264,74	0,238
Depreciación	Fijo	21.732,16	0,503
Amortización	Fijo	1.565,46	0,036
Total Costos Fijos		49.029,16	1,135

Elaborado por: La autora

Con el precio de USD5,00 se aplica la fórmula anterior y resulta:

$$\begin{array}{l} \text{Número de unidades} \\ \text{en el punto de equilibrio} \end{array} = \frac{49.029,16}{(5 - 3,11)}$$

$$\begin{array}{l} \text{Número de unidades} \\ \text{en el punto de equilibrio} \end{array} = \frac{49.029,16}{1,89}$$

$$\begin{array}{l} \text{Número de unidades} \\ \text{en el punto de equilibrio} \end{array} = 25957 \text{ personas atendidas}$$

Si en el proyecto se entrega el servicio a menos de 25.957 personas se tendrá pérdidas, pero si se vende a más de 25.957 personas se tendrá utilidades.

5.8. Ingresos y Egresos Estimados

5.8.1. Ventas estimadas en volumen para el horizonte del proyecto

De acuerdo a la demanda que se desea cubrir con el proyecto se estima que los ingresos por las ventas de boletos ascenderán a 216.000 dólares en el primer año operativo, tomando en cuenta el precio de USD5,00 por persona considerando que no habrá incremento de precio.

Cuadro No. 123

PROYECCIÓN DE VENTAS (cifras en dólares)							
Detalle	AÑOS						TOTAL
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Demanda cubierta (PERSONAS)		43.200	54.000	64.800	75.600	86.400	
Precio por PERSONA		5,00	5,00	5,00	5,00	5,00	
Ventas en dólares		216.000,00	270.000,00	324.000,00	378.000,00	432.000,00	1.620.000,00

Elaborado por: La autora

5.8.2. Costos estimados en volumen para el horizonte del proyecto

5.8.2.1. Proyección de Compras en función del costo unitario

Al proyectar las compras en función de los costos estimados en el primer año considerando una inflación promedio anual del 4% y el 12,5% de crecimiento anual resulta:

Cuadro No. 124

PROYECCIÓN DE COSTOS (cifras en dólares)							
Detalle	AÑOS						TOTAL
	2011	2012	2013	2014	2015	2016	
Demanda cubierta (personas)		43.200	54.000	64.800	75.600	86.400	
Costo promedio		4,25	3,77	3,34	3,06	2,91	
Ventas en dólares		183.431,64	203.369,89	216.617,45	231.614,96	251.352,19	1.086.386,13

Elaborado por: La autora

No obstante es necesario hacer una proyección de costos y gastos detallada.

5.8.2.2. *Proyección de la Mano de Obra*

Para proyectar el costo de la mano de obra directa e indirecta se aumenta anualmente sobre el sueldo básico del año anterior para cada trabajador en función del porcentaje promedio de las alzas salariales que el gobierno ha realizado desde el 2008, esto equivale al 10% anual; se ha considerado también los fondos de reserva que deben ser pagados a partir del segundo año de operatividad además del décimo tercero, décimo cuarto y aporte patronal. Los cuadros detallados de los cálculos se presentan en el Anexo de Proyecciones para la Mano de Obra Directa e Indirecta.

Cuadro No. 125

Resumen Mano de Obra Directa Proyectada (cifras en dólares)	
Año	Valor
2012	\$ 50.861,20
2013	\$ 59.687,32
2014	\$ 65.656,05
2015	\$ 72.221,66
2016	\$ 79.443,82
Total Proyecto	\$ 327.870,05

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 126

Resumen Mano de Obra Indirecta Proyectada (cifras en dólares)	
Año	Valor
2012	\$ 23.279,90
2013	\$ 27.312,89
2014	\$ 30.044,18
2015	\$ 33.048,60
2016	\$ 36.353,46
Total Proyecto	\$ 150.039,02

Elaborado por: La autora

5.8.2.3. Proyección de Repuestos e Insumos

En el caso de los Insumos se proyecta el costo a partir de la inflación promedio de los últimos años del 4%, se obtiene:

Cuadro No. 127
Proyección Costo Insumos
(cifras en dólares)

Inflación	4%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	30.746,38	31.976,23	33.255,28	34.585,49
Inflación	0,00	1.229,86	1.279,05	1.330,21	1.383,42
Total Anual	30.746,38	31.976,23	33.255,28	34.585,49	35.968,91

Elaborado por: La autora

5.8.2.4. Proyección Otros Gastos

Los otros gastos han sido proyectados en función de la inflación y crecimiento haciendo un análisis de las necesidades de la empresa:

Cuadro No. 128
Proyección Gasto Arriendo
(cifras en dólares)

Inflación	4%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35
Inflación	0,00	192,00	199,68	207,67	215,97
Total Anual	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 129
Proyección Gasto Suministros y Materiales
(cifras en dólares)

Crecimiento	12,5%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83
Inflación	0,00	125,00	140,63	158,20	177,98
Total Anual	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 130

Proyección Gasto Servicios Básicos (cifras en dólares)					
Inflación	4%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	1.500,00	1.560,00	1.622,40	1.687,30
Inflación	0,00	60,00	62,40	64,90	67,49
Total Anual	1.500,00	1.560,00	1.622,40	1.687,30	1.754,79

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 131

Proyección Gasto Suministros de Computación (cifras en dólares)					
Crecimiento	12,5%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83
Inflación	0,00	125,00	140,63	158,20	177,98
Total Anual	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 132

Proyección Gastos Bancarios (cifras en dólares)					
Inflación	4,0%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	300,00	312,00	324,48	337,46
Inflación	0,00	12,00	12,48	12,98	13,50
Total Anual	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 133

Proyección Gastos Seguridad (cifras en dólares)					
Inflación	12,5%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	5.000,00	5.625,00	6.328,13	7.119,14
Inflación	0,00	625,00	703,13	791,02	889,89
Total Anual	5.000,00	5.625,00	6.328,13	7.119,14	8.009,03

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 134

Proyección Gasto Mantenimiento Equipos (cifras en dólares)					
Inflación	4,0%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	500,00	520,00	540,80	562,43
Inflación	0,00	20,00	20,80	21,63	22,50
Total Anual	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 135

Proyección Gastos Seguro chivas (cifras en dólares)					
Inflación	4,0%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	4.554,18	4.736,35	4.925,80	5.122,83
Inflación	0,00	182,17	189,45	197,03	204,91
Total Anual	4.554,18	4.736,35	4.925,80	5.122,83	5.327,75

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 136

Proyección Cuota CAPTUR (cifras en dólares)					
Inflación	4,0%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	268,80	279,55	290,73	302,36
Inflación	0,00	10,75	11,18	11,63	12,09
Total Anual	201,60	279,55	290,73	302,36	314,46

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 137

Proyección Matricula Vehicular (cifras en dólares)					
Inflación	4,0%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	2.393,36	2.396,37	2.492,23	2.591,91
Inflación	0,00	3,01	95,85	99,69	103,68
Total Anual	75,26	2.396,37	2.492,23	2.591,91	2.695,59

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 138

Proyección Presupuesto Publicidad (cifras en dólares)					
Inflación	12,5%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	2.615,00	2.941,88	3.309,61	3.723,31
Inflación	0,00	326,88	367,73	413,70	465,41
Total Anual	2.615,00	2.941,88	3.309,61	3.723,31	4.188,72

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 139

Proyección Gasto Uniformes (cifras en dólares)					
Inflación	4,0%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	420,00	436,80	454,27	472,44
Inflación	0,00	16,80	17,47	18,17	18,90
Total Anual	420,00	436,80	454,27	472,44	491,34

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 140

Proyección Gastos Varios (cifras en dólares)					
Inflación	4,0%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	1.000,00	1.040,00	1.081,60	1.124,86
Inflación	0,00	40,00	41,60	43,26	44,99
Total Anual	1.000,00	1.040,00	1.081,60	1.124,86	1.169,86

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 141

Proyección Pago Patente Municipal (cifras en dólares)					
Porcentaje:	0,0015				
Inversión Activos:	122483,52				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Patente Municipal	183,73	183,73	183,73	183,73	183,73

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 142

Proyección Renovación Licencia Anual de Funcionamiento (cifras en dólares)					
Inflación	4,0%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	250,00	260,00	270,40	281,22
Inflación	0,00	10,00	10,40	10,82	11,25
Total Anual	250,00	260,00	270,40	281,22	292,46

Elaborado por: La autora

Cuadro No. 143

Proyección Renovación Permiso Publicidad (cifras en dólares)					
Inflación	4,0%				
Año	2012	2013	2014	2015	2016
Costo Año Anterior	0	5,00	5,20	5,41	5,62
Inflación	0,00	0,20	0,21	0,22	0,22
Total Anual	5,00	5,20	5,41	5,62	5,85

Elaborado por: La autora

Con relación a las comisiones, como se dijo se realizan en función de las ventas, descontando el 10% de las mismas.

Cuadro No. 144

Proyección Comisiones Cobros con Tarjeta de Crédito (cifras en dólares)					
Años	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas estimadas	216.000,00	270.000,00	324.000,00	378.000,00	432.000,00
Porcentaje Comisiones	10%	10%	10%	10%	10%
Comisiones tarjetas de crédito	21.600,00	27.000,00	32.400,00	37.800,00	43.200,00

Elaborado por: La autora

En el caso de las depreciaciones, amortizaciones e intereses bancarios fueron calculados en el Estudio Técnico, a continuación un resumen:

Cuadro No. 145

Resumen Depreciaciones, Amortizaciones e Intereses (cifras en dólares)			
Año	Depreciaciones	Amortizaciones	Intereses
2012	22.752,86	1.565,46	10.264,74
2013	22.752,86	1.565,46	6.579,92
2014	22.752,86	1.565,46	2.434,76
2015	21.675,79	1.565,46	
2016	21.675,79	1.565,46	
Total	111.610,16	7.827,32	19.279,42

Elaborado por: La autora

Resumen Proyección Costos Totales y Costo Unitario

Cuadro No. 146

Resumen Proyección de Gastos										
Año	2012		2013		2014		2015		2016	
Unidades total	43.200		54.000		64.800		75.600		86.400	
Detalles	Costo Total	Costo Unitario								
Mano de Obra Directa	50.861,20	1,18	59.687,32	1,11	65.656,05	1,01	72.221,66	0,96	79.443,82	0,92
Mano de Obra Indirecta	23.279,90	0,54	27.312,89	0,51	30.044,18	0,46	33.048,60	0,44	36.353,46	0,42
Insumos Chivas	30.746,38	0,71	31.976,23	0,59	33.255,28	0,51	34.585,49	0,46	35.968,91	0,42
Arriendo	4.800,00	0,11	4.992,00	0,09	5.191,68	0,08	5.399,35	0,07	5.615,32	0,06
Suministros y materiales	1.000,00	0,02	1.125,00	0,02	1.265,63	0,02	1.423,83	0,02	1.601,81	0,02
Servicios Básicos	1.500,00	0,03	1.560,00	0,03	1.622,40	0,03	1.687,30	0,02	1.754,79	0,02
Suministros de computación	1.000,00	0,02	1.125,00	0,02	1.265,63	0,02	1.423,83	0,02	1.601,81	0,02
Gastos Bancarios	300,00	0,01	312,00	0,01	324,48	0,01	337,46	0,00	350,96	0,00
Gastos de Seguridad	5.000,00	0,12	5.625,00	0,10	6.328,13	0,10	7.119,14	0,09	8.009,03	0,09
Mantenimiento de Equipos	500,00	0,01	520,00	0,01	540,80	0,01	562,43	0,01	584,93	0,01
Seguro Chivas	4.554,18	0,11	4.736,35	0,09	4.925,80	0,08	5.122,83	0,07	5.327,75	0,06
Cuotas CAPTUR	201,60	0,00	279,55	0,01	290,73	0,00	302,36	0,00	314,46	0,00
Matricula Vehicular	75,26	0,00	2.396,37	0,04	2.492,23	0,04	2.591,91	0,03	2.695,59	0,03
Gasto Uniformes	420,00	0,01	436,80	0,01	454,27	0,01	472,44	0,01	491,34	0,01
Gastos Varios	1.000,00	0,02	1.040,00	0,02	1.081,60	0,02	1.124,86	0,01	1.169,86	0,01
Patente Municipal	160,76	0,00	160,76	0,00	160,76	0,00	160,76	0,00	160,76	0,00
Renovación LUAF	250,00	0,01	260,00	0,00	270,40	0,00	281,22	0,00	292,46	0,00
Permiso Publicidad	5,00	0,00	5,20	0,00	5,41	0,00	5,62	0,00	5,85	0,00
Publicidad	2.615,00	0,06	2.941,88	0,05	3.309,61	0,05	3.723,31	0,05	4.188,72	0,05
Comisiones Tarjetas de Crédito	21.600,00	0,50	27.000,00	0,50	32.400,00	0,50	37.800,00	0,50	43.200,00	0,50
Depreciaciones	21.732,16	0,50	21.732,16	0,40	21.732,16	0,34	20.655,10	0,27	20.655,10	0,24
Amortizaciones	1.565,46	0,04	1.565,46	0,03	1.565,46	0,02	1.565,46	0,02	1.565,46	0,02
Intereses	10.264,74	0,24	6.579,92	0,12	2.434,76	0,04	-	-	-	-
Total Anual	183.431,64	4,25	203.369,89	3,77	216.617,45	3,34	231.614,96	3,06	251.352,19	2,91

Elaborado por: La autora

Presupuesto de Inversiones

A continuación se presenta un presupuesto de inversiones donde se resume el capital requerido para el proyecto durante el primer año; como se podrá apreciar el valor del capital de trabajo es el considerado para todo el año y no para 90 días como se calculo para la inversión inicial del proyecto.

Cuadro No. 147
Presupuesto de Inversiones para el año 2012

CONCEPTO	EXISTENTE	TOTAL
1. INVERSIÓN		
1.1. ACTIVOS FIJOS		
Chivas (vehículos)	97.505,60	
Equipo de computación	3.231,20	
Muebles y Enseres	1.332,80	
Imprevistos	5.103,48	
TOTAL ACTIVOS FIJOS	107.173,08	107.173,08
1.2. ACTIVOS DIFERIDOS		
Gastos constitución	4.192,32	
TOTAL ACTIVOS DIFERIDOS	4.192,32	4.192,32
1.3. ACTIVOS CORRIENTES		
CAPITAL DE TRABAJO		
Mano de Obra Directa	50.861,20	
Mano de Obra Indirecta	23.279,90	
Repuestos e Insumos	30.746,38	
Otros Gastos	78.544,16	
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	83.431,64	183.431,64
TOTAL INVERSIÓN		294.797,04

Elaborado por: La autora

5.9. Estados Financieros proyectados

Al final de cada período operacional las empresas deben presentar informes, dichos informes son conocidos como Estados Financieros o Contables y permiten evaluar la situación económica financiera actual de una empresa.

5.9.1. Estado de pérdidas y ganancias estimadas

El Estado de Pérdidas y Ganancias, conocido también como Estado de Resultados o Estado de situación Económica, permite reconocer si el proyecto tendrá ingresos suficientes para pagar deudas, financiar posibles expansiones ya sea con préstamos o nuevos inversionistas y pagar dividendos a los accionistas.

El Estado de Resultados Proyectado permite reconocer que los costos directos representan casi la tercera parte de los ingresos, pero los costos indirectos requieren de un cuarenta por ciento aproximadamente. Se gasta más en costos indirectos que en los mismos necesarios para prestar el servicio.

Cada año, incluso desde el primero, se refleja utilidad que va desde USD20.762,33 en el primer año a USD115.162,98 en el año 2016; dicha utilidad podría ser dividida a las accionistas o reinvertida para que la empresa se extienda. De hecho se ha constatado que el negocio es rentable aunque la inversión inicial también es alta.

En seguida en el Estado de Costos de Producción se detalla los costos por el servicio para aclarar los egresos en los estados financieros; el Estado de Resultados para el presente proyecto, así como el Estado de Cambios en el Patrimonio para el registro de la reserva legal, dividendos y utilidades retenidas en el Balance General.

5.9.1.1. Estado de Costos de Producción Proyectado

EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
ESTADO DE COSTOS DE PRODUCCIÓN PROYECTADO
(cifras en dólares)

	Años				
	2012	2013	2014	2015	2016
REPUESTOS E INSUMOS	30.746,38	31.976,23	33.255,28	34.585,49	35.968,91
MANO DE OBRA DIRECTA	50.861,20	59.687,32	65.656,05	72.221,66	79.443,82
COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACIÓN	101.824,06	111.706,34	117.706,11	124.807,82	135.939,45
Mano de Obra Indirecta	23.279,90	27.312,89	30.044,18	33.048,60	36.353,46
Arriendo	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32
Suministros y Materiales	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Servicios Básicos	1.500,00	1.560,00	1.622,40	1.687,30	1.754,79
Suministros de computación	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Gastos Bancarios	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Gasto seguridad	5.000,00	5.625,00	6.328,13	7.119,14	8.009,03
Mantenimiento Equipos	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93
Seguro chivas	4.554,18	4.736,35	4.925,80	5.122,83	5.327,75
Cuota CAPTUR	201,60	279,55	290,73	302,36	314,46
Matricula vehículo	75,26	2.396,37	2.492,23	2.591,91	2.695,59
Uniformes	420,00	436,80	454,27	472,44	491,34
Gastos Varios	1.000,00	1.040,00	1.081,60	1.124,86	1.169,86
Patente Municipal	160,76	160,76	160,76	160,76	160,76
Renovación LUAF	250,00	260,00	270,40	281,22	292,46
Permiso Publicidad	5,00	5,20	5,41	5,62	5,85
Publicidad	2.615,00	2.941,88	3.309,61	3.723,31	4.188,72
Comisión Tarjetas de Crédito	21.600,00	27.000,00	32.400,00	37.800,00	43.200,00
Depreciación	21.732,16	21.732,16	21.732,16	20.655,10	20.655,10
Intereses Bancarios	10.264,74	6.579,92	2.434,76		
Amortización	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46
COSTO DE PRODUCCIÓN	183.431,64	203.369,89	216.617,45	231.614,96	251.352,19
INVENTARIO FINAL PRODUCTO TERMINADO	(183.431,64)	(203.369,89)	(216.617,45)	(231.614,96)	(251.352,19)
Costo de Ventas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

5.9.1.2. Estado de Resultados Proyectado

EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO
(cifras en dólares)

	Años				
	2012	2013	2014	2015	2016
VENTAS NETAS	216.000,00	270.000,00	324.000,00	378.000,00	432.000,00
(-) COSTOS DIRECTOS POR SERVICIOS	81.607,58	91.663,55	98.911,33	106.807,15	115.412,73
Mano de Obra Directa	50.861,20	59.687,32	65.656,05	72.221,66	79.443,82
Insumos	30.746,38	31.976,23	33.255,28	34.585,49	35.968,91
UTILIDAD BRUTA	134.392,43	178.336,45	225.088,67	271.192,85	316.587,27
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	91.559,33	105.126,42	115.271,35	124.807,82	135.939,45
Mano de Obra Indirecta	23.279,90	27.312,89	30.044,18	33.048,60	36.353,46
Arriendo	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32
Suministros y Materiales	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Servicios Básicos	1.500,00	1.560,00	1.622,40	1.687,30	1.754,79
Suministros de computación	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Gastos Bancarios	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Gasto seguridad	5.000,00	5.625,00	6.328,13	7.119,14	8.009,03
Mantenimiento Equipos	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93
Seguro chivas	4.554,18	4.736,35	4.925,80	5.122,83	5.327,75
Cuota CAPTUR	201,60	279,55	290,73	302,36	314,46
Matricula vehículo	75,26	2.396,37	2.492,23	2.591,91	2.695,59
Uniformes	420,00	436,80	454,27	472,44	491,34
Gastos Varios	1.000,00	1.040,00	1.081,60	1.124,86	1.169,86
Patente Municipal	160,76	160,76	160,76	160,76	160,76
Renovación LUAF	250,00	260,00	270,40	281,22	292,46
Permiso Publicidad	5,00	5,20	5,41	5,62	5,85
Publicidad	2.615,00	2.941,88	3.309,61	3.723,31	4.188,72
Comisión Tarjetas de Crédito	21.600,00	27.000,00	32.400,00	37.800,00	43.200,00
Depreciación	21.732,16	21.732,16	21.732,16	20.655,10	20.655,10
Amortización	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46
UTILIDAD OPERATIVA	42.833,10	73.210,03	109.817,32	146.385,04	180.647,81
(-) GASTOS FINANCIEROS					
Intereses Bancarios	10.264,74	6.579,92	2.434,76	0,00	0,00
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	32.568,36	66.630,11	107.382,55	146.385,04	180.647,81
(-) 36,25% de Impuestos	11.806,03	24.153,41	38.926,18	53.064,58	65.484,83
UTILIDAD NETA	20.762,33	42.476,69	68.456,38	93.320,46	115.162,98
Reserva Legal	2.076,23	4.247,67	6.845,64	9.332,05	11.516,30
Reparto de utilidades socios	10.381,17	21.238,35	34.228,19	46.660,23	57.581,49

5.9.1.3. Estado de Ganancias Retenidas

EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
ESTADO DE GANANCIAS RETENIDAS PROYECTADO
(cifras en dólares)

FUENTES	2012	2013	2014	2015	2016
Ganancia Retenida (inicial)	-	8.304,93	25.295,61	52.678,16	90.006,34
(+) Utilidad Neta del Ejercicio	20.762,33	42.476,69	68.456,38	93.320,46	115.162,98
Utilidades Retenidas (disponibles)	20.762,33	50.781,62	93.751,99	145.998,62	205.169,33
(-) Utilizaciones					
Dividendos declarados	(10.381,17)	(21.238,35)	(34.228,19)	(46.660,23)	(57.581,49)
Reserva Legal (10%)	(2.076,23)	(4.247,67)	(6.845,64)	(9.332,05)	(11.516,30)
Ganancias Retenidas (Final)	8.304,93	25.295,61	52.678,16	90.006,34	136.071,54

5.9.2. Flujo de Efectivo Proyectado

El Flujo de Efectivo es otro estado financiero muy importante puesto que su evaluación permitirá conocer los desembolsos que se deberán realizar de forma sincronizada con los ingresos.

En el Flujo de Efectivo se ha tomado en cuenta en forma global las ventas proyectadas, así como el valor de rescate de los activos fijos al final del proyecto y el capital de trabajo para los tres primeros meses. Respecto a los egresos se ha anotado como egreso las inversiones en activos fijos y diferidos y el capital de trabajo puesto que son desembolsos requeridos para que el negocio pueda iniciar sus operaciones; así también se incluye los costos y gastos que incurren para prestar el servicio con normalidad.

Este flujo proyectado muestra que la empresa será capaz de cubrir sus deudas durante todo el proyecto.

EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
 ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO
 (cifras en dólares)

Años	2011	2012	2013	2014	2015	2016
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE OPERACIÓN						
EFECTIVO RECIBIDO CLIENTES	-	216.000,00	270.000,00	324.000,00	378.000,00	432.000,00
Ventas por Servicios Prestados	-	216.000,00	270.000,00	324.000,00	378.000,00	432.000,00
(-) EFECTIVO PAGADO A PROVEED.	-	160.134,01	191.878,30	217.473,23	248.320,58	282.196,20
Mano de Obra Directa	-	50.861,20	59.687,32	65.656,05	72.221,66	79.443,82
Insumos	-	30.746,38	31.976,23	33.255,28	34.585,49	35.968,91
Mano de Obra Indirecta	-	23.279,90	27.312,89	30.044,18	33.048,60	36.353,46
Arriendo	-	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32
Suministros y Materiales	-	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Servicios Básicos	-	1.500,00	1.560,00	1.622,40	1.687,30	1.754,79
Suministros de computación	-	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Gastos Bancarios	-	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Gasto seguridad	-	5.000,00	5.625,00	6.328,13	7.119,14	8.009,03
Mantenimiento Equipos	-	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93
Seguro chivas	-	4.554,18	4.736,35	4.925,80	5.122,83	5.327,75
Cuota CAPTUR	-	201,60	279,55	290,73	302,36	314,46
Matrícula	-	75,26	2.396,37	2.492,23	2.591,91	2.695,59
Uniformes	-	420,00	436,80	454,27	472,44	491,34
Gastos Varios	-	1.000,00	1.040,00	1.081,60	1.124,86	1.169,86
Patente Municipal	-	160,76	160,76	160,76	160,76	160,76
Renovación LUAF	-	250,00	260,00	270,40	281,22	292,46
Permiso Publicidad	-	5,00	5,20	5,41	5,62	5,85
Publicidad	-	2.615,00	2.941,88	3.309,61	3.723,31	4.188,72
Comisión Tarjetas de Crédito	-	21.600,00	27.000,00	32.400,00	37.800,00	43.200,00
Intereses Bancarios	-	10.264,74	6.579,92	2.434,76	-	-
36,25% de Impuestos	-	-	11.806,03	24.153,41	38.926,18	53.064,58
A (=) EFECT. NETO ACTIV. DE OPERAC.	-	55.865,99	78.121,70	106.526,77	129.679,42	149.803,80
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE INVERSIÓN						
EFECTIVO VENTA ACT. FIJOS Y FROS	-	-	-	-	-	-
(-) EFECTIVO PAGADO POR:	115.000,40	-	-	-	-	-
Inversión Activos Fijos	107.173,08	-	-	-	-	-
Inversión Preoperativa	7.827,32	-	-	-	-	-
B (=) EFECT. NETO ACTIV. DE INVERSIÓN (115.000,40)	-	-	-	-	-	-

EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
ESTADO DE FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO
(cifras en dólares)

Años	2011	2012	2013	2014	2015	2016
FLUJO DE EFECTIVO POR ACTIVIDADES DE FINANCIAMIENTO						
EFECTIVO PRODUCTO DE:	160.230,12	-	-	-	-	-
Aporte Capital de los Socios	60.230,12	-	-	-	-	-
Préstamos Netos Recibidos (L.P.)	100.000,00	-	-	-	-	-
(-) EFECTIVO PAGADO PARA:	-	29.495,07	43.561,05	58.563,39	34.228,19	46.660,23
Pago cuotas de amortización préstamos	-	29.495,07	33.179,89	37.325,04	-	-
Pago dividendos accionistas	-	-	10.381,17	21.238,35	34.228,19	46.660,23
C (=) EFEC. NETO ACTIV. DE FINANC.	160.230,12	(29.495,07)	(43.561,05)	(58.563,39)	(34.228,19)	(46.660,23)
FLUJO DE EFECTIVO NETO TOTAL A+B+C	45.229,72	26.370,92	34.560,65	47.963,38	95.451,23	103.143,57
EFECTIVO AL INICIO DEL PERÍODO	-	45.229,72	71.600,64	106.161,29	154.124,66	249.575,89
EFECTIVO Y EQUIVALENTES AL FINAL	45.229,72	71.600,64	106.161,29	154.124,66	249.575,89	352.719,46

5.9.3. Balance General Proforma

Al Balance General también se lo conoce como Estado de Situación Económica, revelará el estado de la empresa en un punto determinado después de un período de operación. Representa los activos, pasivos y patrimonio de la empresa.

Analizando el Balance General Proforma se puede notar que el patrimonio de la empresa sube en promedio un 23% cada año a causa de la acumulación de utilidades.

EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
BALANCE GENERAL PROYECTADO
(cifras en dólares)

	AÑOS					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
ACTIVOS						
Efectivo y Equivalentes	45.229,72	71.600,64	106.161,29	154.124,66	249.575,89	352.719,46
Chivas	97.505,60	97.505,60	97.505,60	97.505,60	97.505,60	97.505,60
(-) Depreciación	-	(19.501,12)	(39.002,24)	(58.503,36)	(78.004,48)	(97.505,60)
Muebles y Enseres	1.332,80	1.332,80	1.332,80	1.332,80	1.332,80	1.332,80
(-) Depreciación	-	(133,28)	(266,56)	(399,84)	(533,12)	(666,40)
Equipos de Computación	3.231,20	3.231,20	3.231,20	3.231,20	-	-
(-) Depreciación	-	(1.077,07)	(2.154,13)	(3.231,20)	-	-
Imprevistos	5.103,48	5.103,48	5.103,48	5.103,48	5.103,48	5.103,48
(-) Depreciación	-	(1.020,70)	(2.041,39)	(3.062,09)	(4.082,78)	(5.103,48)
Cargos Diferidos	7.827,32	7.827,32	7.827,32	7.827,32	7.827,32	7.827,32
(-) Amortización	-	(1.565,46)	(3.130,93)	(4.696,39)	(6.261,86)	(7.827,32)
TOTAL ACTIVOS	160.230,12	163.303,41	174.566,43	199.232,18	272.462,85	353.385,86
PASIVOS						
36,25% Impuestos por pagar	-	11.806,03	24.153,41	38.926,18	53.064,58	65.484,83
Préstamo Bancario de Largo Plazo	100.000,00	70.504,93	37.325,04	-	-	-
Utilidades por pagar a los socios	-	10.381,17	21.238,35	34.228,19	46.660,23	57.581,49
TOTAL PASIVOS	100.000,00	92.692,13	82.716,80	73.154,36	99.724,81	123.066,32
PATRIMONIO						
Capital Propio	60.230,12	60.230,12	60.230,12	60.230,12	60.230,12	60.230,12
Utilidades / Pérdidas Acumuladas	-	-	8.304,93	25.295,61	52.678,16	90.006,34
Utilidades / Pérdidas del Período	-	8.304,93	16.990,68	27.382,55	37.328,18	46.065,19
Reservas acumuladas	-	2.076,23	6.323,90	13.169,54	22.501,59	34.017,88
TOTAL PATRIMONIO	60.230,12	70.611,28	91.849,63	126.077,82	172.738,05	230.319,54
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	160.230,12	163.303,41	174.566,43	199.232,18	272.462,85	353.385,86
DIFERENCIA ACTIVO - PAS Y PATRIM.	-	-	-	-	-	-

CAPITULO VI

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

6.1. Objetivo

La Evaluación Financiera permitirá aceptar o rechazar el proyecto y decidir el ordenamiento de las actividades en función de la rentabilidad sobre todo cuando son mutuamente excluyentes.

6.2. Criterio para la Evaluación

Con el propósito de realizar la evaluación ex ante del proyecto se utilizará el Flujo de Caja Neto y se aplicará los siguientes criterios:

- Análisis de costo promedio ponderado del capital que financia el proyecto (TMAR)
- Valor Actual Neto (VAN)
- Tasa interna de retorno (TIR)
- El período real de recuperación de la inversión (PRI)
- Relación beneficio / costo (B/C)
- Punto de equilibrio

El Flujo de Caja Neto es elaborado a partir de la utilidad proyectada en el Estado de Resultados para ajustar con la suma de los valores no desembolsados como son las depreciaciones y amortizaciones, además de los desembolsos no restados en el Estado de Resultados que serían el pago de capital de los créditos bancarios pues solo se consideró los intereses y el capital de trabajo inicial que ser recuperaría al término del proyecto.

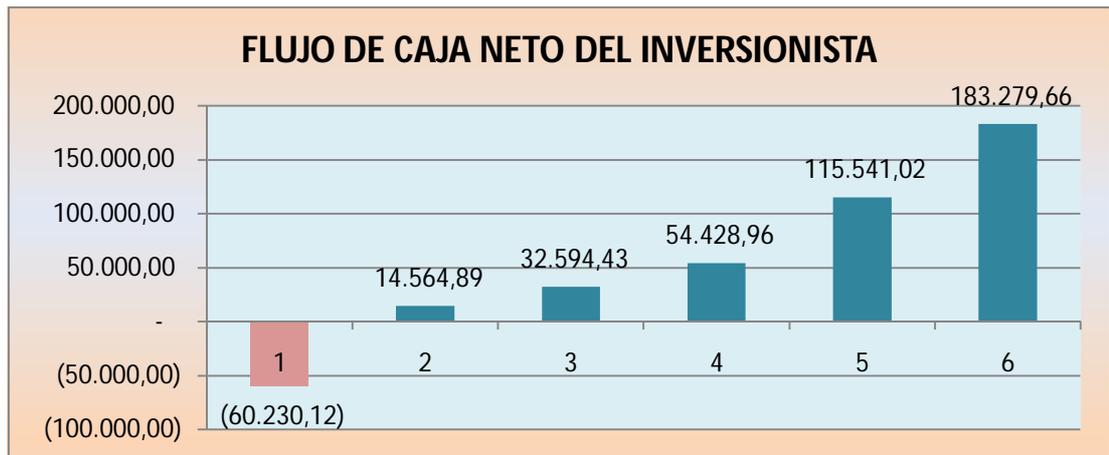
EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO
(cifras en dólares)

	Años					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS POR SERVICIOS DE TOURS	-	216.000,00	270.000,00	324.000,00	378.000,00	432.000,00
(-) COSTOS DIRECTOS POR SERVICIOS	-	81.607,58	91.663,55	98.911,33	106.807,15	115.412,73
Mano de Obra Directa	-	50.861,20	59.687,32	65.656,05	72.221,66	79.443,82
Insumos	-	30.746,38	31.976,23	33.255,28	34.585,49	35.968,91
UTILIDAD BRUTA	-	134.392,43	178.336,45	225.088,67	271.192,85	316.587,27
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	-	91.559,33	105.126,42	115.271,35	124.807,82	135.939,45
Mano de Obra Indirecta	-	23.279,90	27.312,89	30.044,18	33.048,60	36.353,46
Arriendo	-	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32
Suministros y Materiales	-	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Servicios Básicos	-	1.500,00	1.560,00	1.622,40	1.687,30	1.754,79
Suministros de computación	-	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Gastos Bancarios	-	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Gasto seguridad	-	5.000,00	5.625,00	6.328,13	7.119,14	8.009,03
Mantenimiento Equipos	-	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93
Seguro chivas	-	4.554,18	4.736,35	4.925,80	5.122,83	5.327,75
Cuota CAPTUR	-	201,60	279,55	290,73	302,36	314,46
Matricula vehículo	-	75,26	2.396,37	2.492,23	2.591,91	2.695,59
Uniformes	-	420,00	436,80	454,27	472,44	491,34
Gastos Varios	-	1.000,00	1.040,00	1.081,60	1.124,86	1.169,86
Patente Municipal	-	160,76	160,76	160,76	160,76	160,76
Renovación LUAF	-	250,00	260,00	270,40	281,22	292,46
Permiso Publicidad	-	5,00	5,20	5,41	5,62	5,85
Publicidad	-	2.615,00	2.941,88	3.309,61	3.723,31	4.188,72
Comisión Tarjetas de Crédito	-	21.600,00	27.000,00	32.400,00	37.800,00	43.200,00
Depreciación	-	21.732,16	21.732,16	21.732,16	20.655,10	20.655,10
Amortización	-	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46
UTILIDAD OPERATIVA	-	42.833,10	73.210,03	109.817,32	146.385,04	180.647,81
Intereses Bancarios	-	10.264,74	6.579,92	2.434,76	-	-
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	32.568,36	66.630,11	107.382,55	146.385,04	180.647,81
(-) 36,25% de Impuestos	-	11.806,03	24.153,41	38.926,18	53.064,58	65.484,83

EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO
(cifras en dólares)

	Años					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
UTILIDAD NETA	-	20.762,33	42.476,69	68.456,38	93.320,46	115.162,98
(+) Depreciaciones	-	21.732,16	21.732,16	21.732,16	20.655,10	20.655,10
(+) Amortizaciones	-	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46
FLUJO DE CAJA BRUTO	-	44.059,96	65.774,32	91.754,00	115.541,02	137.383,54
(-) Inversión en Capital de Trabajo	(45.229,72)					
(-) Inversión en Activos Fijos y Preoperativa	(115.000,40)					
(+) Préstamo Bancario	100.000,00					
(-) Amortización capital préstamo bancario		(29.495,07)	(33.179,89)	(37.325,04)		
Recuperación Capital de Trabajo						45.229,72
(+) Valor de Rescato de los Activos						666,40
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA	(60.230,12)	14.564,89	32.594,43	54.428,96	115.541,02	183.279,66
Tasa Interna de Retorno (TIR)	67,84%					
Costo Promedio Ponderado del Capital (factor descuento)	16,5%					
Valor Actual del Proyecto	159.175,82					
Índice de Rentabilidad Beneficio / Costo	3,64					
Conciliación Flujo de Efectivo						
FLUJO DE CAJA NETO	(60.230,12)	14.564,89	32.594,43	54.428,96	115.541,02	183.279,66
(+/-) Cambio de Capital de Trabajo	-	30.664,83	(6.223,52)	(19.868,31)	(67.577,64)	(87.828,43)
FLUJO DE EFECTIVO NETO TOTAL	(60.230,12)	45.229,72	26.370,92	34.560,65	47.963,38	95.451,23

Gráfico No. 58



Elaborado por: La autora

El Flujo de Caja Neto del Inversionista muestra que la diferencia entre ingresos por ventas y egresos operativos es positiva así: USD 14.564,89; USD 32.594,43; USD 54.428,96; USD 115.541,02; USD 183.279,66 desde el año 2012 hasta el 2016.

La utilidad neta de cada año permite evaluar las posibilidades de reinvertir el dinero en otro tipo de negocios, así: 20.762,33 en 2012; 42.476,69 en 2013; 68.456,38 en 2014; 93.320,46 en 2015; y, 115.162,98 en 2016.

Probablemente es rentable porque cuenta con financiamiento de terceros, en este caso el banco nos prestará USD100.000,00 que representa casi el 75% con un costo bajo de los insumos, pues el combustible es subsidiado. (Ver escenario 2, Pág. 218)

6.3. Costo Promedio Ponderado del Capital

En los proyectos de largo plazo con rendimientos futuros determinados es vital estipular una *tasa de descuento* que deberá aplicarse a los flujos de caja proyectados para expresarlos en términos de valor actual y compararlos con la inversión inicial.⁶⁸

El Costo Promedio del Capital se ha calculado mediante la tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR).

TASA MÍNIMA ACEPTABLE DE RENDIMIENTO

Inversionista TMAR =	4%	de Inflación (promedio años 2009 - 2010)	+	11,83%	premio al riesgo (tasa de interés que cobra el banco por el préstamo)	+	8,30%	prima riesgo de la inversión (riesgo país)
Banco TMAR =	11,83%	tasa de interés						

Con la información que antecede se calculó la TMAR del capital total basándose en el porcentaje de aportación de las accionistas y del préstamo bancario, cuyos resultados son los siguientes:

Cuadro No. 148

Costo Promedio Ponderado del Capital			
	% Aportación	TMAR	Ponderación
Accionistas	0,38	0,2413	0,091
Banco	0,62	0,1183	0,074
TMAR Global			0,165

Elaborado por: La autora

La Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento del capital total (USD160.230,12) resultó ser 16,5%; por lo tanto este es el rendimiento mínimo que la empresa se obligará a ganar para solventar el 24,13% sobre los USD60.230,12 y el 11,83% de interés por el préstamo de los USD100.000,00.

⁶⁸ BACA URBINA, Gabriel. *Evaluación de Proyectos*. México. Colección McGraw-Hill. 1987. Pág. 179-181. En: MENESES ALVAREZ, Edilberto. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Quito. 2004. Pág. 181

6.4. Valor Actual Neto

Para calcular el VAN se consideró los valores del Flujo de Caja Neto del Inversionista y la TMAR como factor de descuento mínimo aplicando la fórmula:

$$\text{Factor de Descuento} = \frac{1}{(1+i)^n}$$

$$\text{Factor de Descuento} = \frac{1}{(1+0.165)^n}$$

$$\text{Factor de Descuento} = \frac{1}{(1,165)^n}$$

Donde:

i = Costo promedio ponderado de capital

n = períodos anuales

El resultado de los factores de descuento se multiplica para los valores del Flujo de Caja Neto del Inversionista del mismo año, así se obtiene:

Cuadro No. 149
Cálculo Valor Actual Neto
(cifras en dólares)

INGRESOS	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Flujo de Caja Neto del Inversionista	-60.230,12	14.564,89	32.594,43	54.428,96	115.541,02	183.279,66
Factor de Descuento	1,00	0,86	0,74	0,63	0,54	0,47
Flujo Descontado	-60.230,12	12.507,04	24.034,66	34.464,50	62.823,97	85.575,76
VAN	159.175,82					

Elaborado por: La autora

Al final se suma los flujos descontados y se consigue un Valor Actual Neto (VAN) de USD **159.175,82**. El hecho que el VAN sea positivo implica que la rentabilidad será mayor que el Costo Ponderado de Capital, es decir que se recuperará el capital invertido más otros beneficios como es la utilidad.

6.5. Tasa interna de retorno

La Tasa Interna de Retorno proporcionará información en porcentaje del rendimiento que promete el proyecto en el horizonte del tiempo. A fin de aceptar el proyecto la TIR debe ser mayor a la TMAR y podría ser considerado como máximo costo que se podría aceptar para el financiamiento del proyecto.⁶⁹

Para el cálculo de la TIR se utiliza el método de aproximaciones sucesivas el cual consiste en buscar tasa de descuento que den como resultado un VAN positivo y un VAN negativo utilizando los valores del flujo descontado del Flujo de Caja Neto del Inversionista de la siguiente manera:

Cuadro No. 150

Flujos Descontado para Cálculo de la TIR					
Año	Flujo Neto de Caja	65%		71%	
		Factor de Descuento	Flujo Descontado	Factor de Descuento	Flujo Descontado
2011	(60.230,12)	1	(60.230,12)	1	(60.230,12)
2012	14.564,89	0,61	8.827,20	0,58	8.517,48
2013	32.594,43	0,37	11.972,24	0,34	11.146,83
2014	54.428,96	0,22	12.116,53	0,20	10.885,33
2015	115.541,02	0,13	15.588,36	0,12	13.513,00
2016	183.279,66	0,08	14.986,30	0,07	12.535,27
VAN			3.260,52		(3.632,21)

Elaborado por: La autora

Con los datos obtenidos se aplica la fórmula:

$$TIR = TD_i + (TD_s - TD_i) \times \frac{VA_i}{VA_i - VD_s}$$

Donde:

TIR = Tasa interna de rendimiento

TD_i = Tasa de descuento inicial

TD_s = Tasa de descuento secundaria

VA_i = Valor Actual inicial

VA_s = Valor Actual secundario

⁶⁹SANCHEZ, Carlos Andrés, *ADMINISTRACIÓN DE PROYECTOS Preparación y Evaluación*, Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Enero 2007, Pág. 92

Reemplazando:

$$\begin{aligned} \text{TIR} &= 0,65 + (0,71 - 0,65) \times \frac{3.260,52}{3.260,52 - (3.632,21)} \\ \text{TIR} &= 0,65 + (0,06) \times \frac{3.260,52}{6.892,73} \\ \text{TIR} &= 0,65 + (0,06) \times 0,47 \\ \text{TIR} &= 0,65 + 0,0284 \\ \text{TIR} &= 0,678382244 \\ \text{TIR} &= 67,84\% \end{aligned}$$

Es decir que el proyecto tiene una Tasa Interna de Retorno del 67,84% anual y es mayor que la TMAR con 51,34%; en conclusión es aceptable puesto que es mayor que la TMAR.

6.6. Relación Beneficio - Costo

Para el cálculo de la Relación Beneficio - Costo se sumo los flujos descontados del 2012 al 2016 calculados en el VAN y se dividió para la inversión en valor absoluto:

Cuadro No. 151

Razón Beneficio /Costos		
	Flujo Neto de Caja	Flujos Descontados
Inversión	-60.230,12	
FNC 2012	14.564,89	12.507,04
FNC 2013	32.594,43	24.034,66
FNC 2014	54.428,96	34.464,50
FNC 2015	115.541,02	62.823,97
FNC 2016	183.279,66	85.575,76
	VAN	219.405,94
R=	219.405,94 / 60.230,12	
	3,64	

Elaborado por: La autora

El cálculo dio como resultado 3,64 lo que significa que por cada dólar invertido se recupera USD 3,64.

6.7. Período Real de Recuperación de la Inversión

Es el tiempo que tarda exactamente en recuperarse la inversión inicial utilizando los flujos que genera cada período de su vida útil basados en el valor del costo potencial del capital que es del 13,4%.

Cuadro No. 152

Período de Recuperación de la Inversión (cifras en dólares americanos)				
	Años	Flujo de Caja	Valor Actual	Valor Acumulado
0	2011	(60.230,12)	(60.230,12)	(60.230,12)
1	2012	14.564,89	12.507,04	(47.723,08)
2	2013	32.594,43	24.034,66	(23.688,42)
3	2014	54.428,96	34.464,50	10.776,08
4	2015	115.541,02	62.823,97	73.600,05
5	2016	183.279,66	85.575,76	159.175,82

Elaborado por: La autora

El período de recuperación de la inversión se lo obtuvo con la aplicación de una regla de tres relacionando el VAN acumulado del segundo año y el Valor Actual del tercer año.

USD	34.464,50	360 días
USD	-23.688,42	x
x =	$\frac{-23.688,42}{34.464,50}$	$\frac{x}{360}$
x =	$\frac{8.527.831,16}{24.034,66}$	
x =	355	días

La inversión será recuperada luego de 2 años y 355 días, aproximadamente 3 años.

6.8. Punto de equilibrio

El Punto de Equilibrio es el nivel de ventas que se debe realizar para no obtener ni pérdida ni ganancia, es decir cubrir los costos totales.⁷⁰

⁷⁰ SANCHEZ, Carlos Andrés. Op. Cit pág. 96

Para determinar el punto de equilibrio se parte de la fórmula general en función de los costos:

$$\text{Punto de Equilibrio en dólares} = \frac{\text{Costos Fijos Totales}}{1 - \frac{\text{Costo Variable Total}}{\text{Ventas Totales}}}$$

Así tenemos:

Cuadro No. 153
Punto de Equilibrio
(cifras en dólares americanos)

Años	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas	216.000,00	270.000,00	324.000,00	378.000,00	432.000,00
Costos Fijos	49.029,16	48.769,58	45.851,80	43.676,20	45.133,12
Costos Variables	134.402,48	154.600,32	170.765,65	187.938,76	206.219,06
Punto de Equilibrio	129.787,02	114.105,91	96.949,42	86.864,66	86.355,87
Equilibrio %	60%	42%	30%	23%	20%

Elaborado por: La autora

Se puede notar que las ventas son mayores que el punto de equilibrio vislumbrado. Los costos fijos considerados son arriendo, seguro de chivas, seguridad, cuota CAPTUR, patente municipal, publicidad, comisiones por cobros con tarjeta de crédito, depreciaciones y amortizaciones. En cambio dentro de los costos variables se consideró a la mano de obra directa e indirecta, insumos y otros gastos administrativos y de ventas (Ver Cuadros No. 121 y 122).

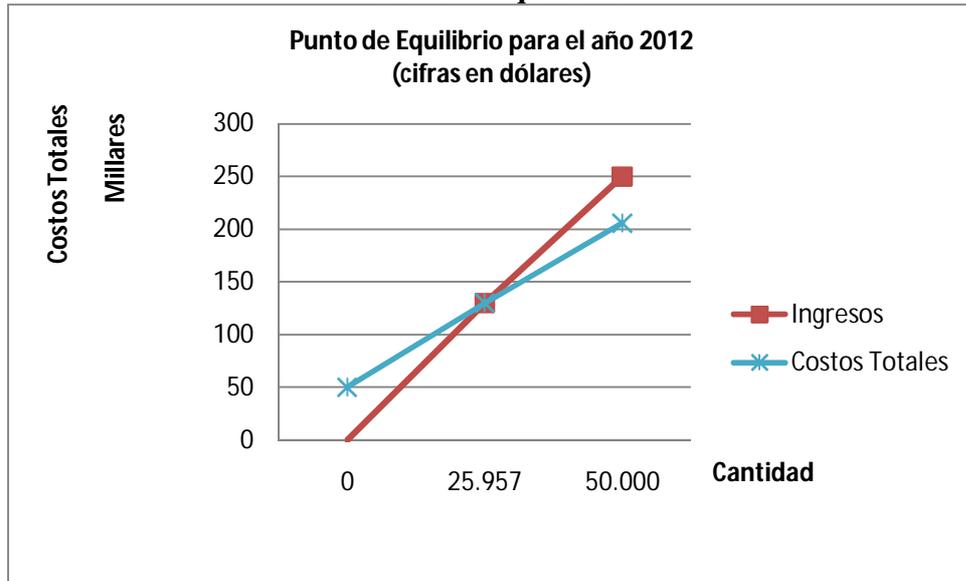
Se prevé que hay que vender USD129.787,02 en 2012; USD114.105,91 en 2013; USD96.949,42 en 2014; USD 86.864,66 en 2015; y, USD86.355,87 en 2016 para no tener pérdida cubriendo los costos fijos y variables sin esperar alguna ganancia.

Con el fin de graficar el punto de equilibrio, se utiliza los siguientes valores en base al cálculo del cuadro No. 153:

Cantidad	Ingresos	Costo Variable	Costos Fijos	Costos Totales	Beneficio
0	0,00	0	50.057,52	50.057,52	-50.057,52
25.957	129.787,02	80756,6	50.057,52	129.787,02	0,00
50.000	250.000,00	155.558	50.057,52	205.615,94	44.384,06

Elaborado por: La autora

Gráfico No. 59
Punto de Equilibrio



Elaborado por: La autora

ESCENARIO 2

EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO
(cifras en dólares)

	Años					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
INGRESOS POR SERVICIOS DE TOURS	-	216.000,00	270.000,00	324.000,00	378.000,00	432.000,00
(-) COSTOS DIRECTOS POR SERVICIOS	-	81.607,58	91.663,55	98.911,33	106.807,15	115.412,73
Mano de Obra Directa	-	50.861,20	59.687,32	65.656,05	72.221,66	79.443,82
Insumos	-	30.746,38	31.976,23	33.255,28	34.585,49	35.968,91
UTILIDAD BRUTA	-	134.392,43	178.336,45	225.088,67	271.192,85	316.587,27
(-) GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS	-	91.559,33	105.126,42	115.271,35	124.807,82	135.939,45
Mano de Obra Indirecta	-	23.279,90	27.312,89	30.044,18	33.048,60	36.353,46
Arriendo	-	4.800,00	4.992,00	5.191,68	5.399,35	5.615,32
Suministros y Materiales	-	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Servicios Básicos	-	1.500,00	1.560,00	1.622,40	1.687,30	1.754,79
Suministros de computación	-	1.000,00	1.125,00	1.265,63	1.423,83	1.601,81
Gastos Bancarios	-	300,00	312,00	324,48	337,46	350,96
Gasto seguridad	-	5.000,00	5.625,00	6.328,13	7.119,14	8.009,03
Mantenimiento Equipos	-	500,00	520,00	540,80	562,43	584,93
Seguro chivas	-	4.554,18	4.736,35	4.925,80	5.122,83	5.327,75
Cuota CAPTUR	-	201,60	279,55	290,73	302,36	314,46
Matricula vehículo	-	75,26	2.396,37	2.492,23	2.591,91	2.695,59
Uniformes	-	420,00	436,80	454,27	472,44	491,34
Gastos Varios	-	1.000,00	1.040,00	1.081,60	1.124,86	1.169,86
Patente Municipal	-	160,76	160,76	160,76	160,76	160,76
Renovación LUAF	-	250,00	260,00	270,40	281,22	292,46
Permiso Publicidad	-	5,00	5,20	5,41	5,62	5,85
Publicidad	-	2.615,00	2.941,88	3.309,61	3.723,31	4.188,72
Comisión Tarjetas de Crédito	-	21.600,00	27.000,00	32.400,00	37.800,00	43.200,00
Depreciación	-	21.732,16	21.732,16	21.732,16	20.655,10	20.655,10
Amortización	-	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46
UTILIDAD OPERATIVA	-	42.833,10	73.210,03	109.817,32	146.385,04	180.647,81
Intereses Bancarios	-	-	-	-	-	-

EMPRESA CAMINOS DE LA CIUDAD DEL SOL CIA. LTDA.
FLUJO DE CAJA NETO PROYECTADO
(cifras en dólares)

	Años					
	2011	2012	2013	2014	2015	2016
UTILIDAD DEL EJERCICIO	-	42.833,10	73.210,03	109.817,32	146.385,04	180.647,81
(-) 36,25% de Impuestos	-	15.527,00	26.538,64	39.808,78	53.064,58	65.484,83
UTILIDAD NETA	-	27.306,10	46.671,39	70.008,54	93.320,46	115.162,98
(+) Depreciaciones	-	21.732,16	21.732,16	21.732,16	20.655,10	20.655,10
(+) Amortizaciones	-	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46	1.565,46
FLUJO DE CAJA BRUTO	-	50.603,73	69.969,02	93.306,17	115.541,02	137.383,54
(-) Inversión en Capital de Trabajo	(45.229,72)					
(-) Inversión en Activos Fijos y Preoperativa	(99.345,76)					
(+) Préstamo Bancario						
(-) Amortización capital préstamo bancario						
Recuperación Capital de Trabajo						45.229,72
(+) Valor de Rescato de los Activos						666,40
FLUJO DE CAJA NETO DEL INVERSIONISTA	(144.575,48)	50.603,73	69.969,02	93.306,17	115.541,02	183.279,66
Tasa Interna de Retorno (TIR)	48,2%					
Costo Promedio Ponderado del Capital (factor descuento)	16,5%					
Valor Actual del Proyecto	157.954,01					
Índice de Rentabilidad Beneficio / Costo	2,09					
Conciliación Flujo de Efectivo						
FLUJO DE CAJA NETO	(144.575,48)	50.603,73	69.969,02	93.306,17	115.541,02	183.279,66
(+/-) Cambio de Capital de Trabajo	-	(5.374,01)	(33.333,37)	(59.158,45)	(69.625,45)	(89.487,11)
FLUJO DE EFECTIVO NETO TOTAL	(144.575,48)	45.229,72	36.635,65	34.147,72	45.915,57	93.792,55

6.9. Análisis de Sensibilidad

El Análisis de Sensibilidad permite evaluar el proyecto en caso de que haya incremento en los costos o decrecimiento en los ingresos considerando si el porcentaje de la TIR sube o baja, de acuerdo a ese parámetro se mide cuán sensible es el proyecto.

A continuación se presenta un análisis de sensibilidad con incremento del 10% en los costos y 10% de disminución en ventas.

Cuadro No. 154

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON EL INCREMENTO DEL 10% EN LOS COSTOS (10% PROMEDIO ANUAL DE INFLACIÓN)								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	COSTO TOTAL INCREMENTADO	INGRESO ORIGINAL	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
		10%			60%		90%	
2011				(60.230,12)		(60.230,12)		(60.230,12)
2012	183.431,64	201.774,80	216.000,00	14.225,20	0,63	8.890,75	0,53	7.486,95
2013	203.369,89	223.706,88	270.000,00	46.293,12	0,39	18.083,25	0,28	12.823,58
2014	216.617,45	238.279,19	324.000,00	85.720,81	0,24	20.927,93	0,15	12.497,57
2015	231.614,96	254.776,46	378.000,00	123.223,54	0,15	18.802,42	0,08	9.455,39
2016	251.352,19	276.487,40	432.000,00	155.512,60	0,10	14.830,84	0,04	6.280,55
						21.305,07		(11.686,09)

Elaborado por: La autora

$$\text{NUEVO TIR} = 0,60 + (0,90 - 0,60) 21.305,07$$

$$21.305,07 + 11.686,09$$

$$\text{NUEVO TIR} = 0,90 \quad 21.305,07$$

$$32.991,16$$

$$\text{NUEVO TIR} = 0,90 \quad 0,645781049$$

$$\text{NUEVO TIR} = 58,12\%$$

PASO 1 DIFERENCIA DE TIR

DIFERENCIA DE TIR = TIR PROYECTO - TIR NUEVO

DIFERENCIA DE TIR = 67,84% - 58,12%

DIFERENCIA DE TIR = 9,72%

PASO 2 PORCENTAJE DE VARIACIÓN

% VARIACIÓN = (DIF. TIR / TIR DEL PROYECTO

% VARIACIÓN = 9,72% / 68%

% VARIACIÓN = 14%

SENSIBILIDAD

SENSIBILIDAD= % VARIACIÓN / NUEVO TIR

SENSIBILIDAD= 0,25 < 1

El proyecto es insensible a un incremento de la inflación anual del 10% en sus costos para la proyección de los 5 años.

Cuadro No. 155

ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD CON LA DISMINUCIÓN DEL 10% EN LOS INGRESOS (10% PROMEDIO ANUAL DE INFLACIÓN)								
AÑOS	COSTO TOTAL ORIGINAL	INGRESO ORIGINAL	INGRESO INCREMEN- TADO	ACTUALIZACIÓN				
				FLUJO NETO	FACTOR ACT	VALOR ACTUAL	FACTOR ACT.	VALOR ACTUAL
2011			10%	(60.230,12)	40%	(60.230,12)	70%	(60.230,12)
2012	183.431,64	201.774,80	221.952,28	38.520,64	0,71	27.514,75	0,59	22.659,20
2013	203.369,89	223.706,88	246.077,57	42.707,68	0,51	21.789,63	0,35	14.777,74
2014	216.617,45	238.279,19	262.107,11	45.489,66	0,36	16.577,87	0,20	9.259,04
2015	231.614,96	254.776,46	280.254,11	48.639,14	0,26	12.661,17	0,12	5.823,58
2016	251.352,19	276.487,40	04.136,14	52.783,96	0,19	9.814,36	0,07	3.717,55
						28.127,65		(3.993,00)

Elaborado por: La autora

$$\begin{aligned} \text{NUEVO TIR} &= 0,40 + (0,70 - 0,40) \frac{28.127,65}{28.127,65 + 3.993,00} \\ \text{NUEVO TIR} &= 0,70 \frac{28.127,65}{32.120,64} \\ \text{NUEVO TIR} &= 0,70 \quad 0,875687529 \\ \text{NUEVO TIR} &= 61,30\% \end{aligned}$$

PASO 1 DIFERENCIA DE TIR			
DIFERENCIA DE TIR =	TIR PROYECTO	-	TIR NUEVO
DIFERENCIA DE TIR =	67,84%	-	61,30%
DIFERENCIA DE TIR =	6,54%		
PASO 2 PORCENTAJE DE VARIACIÓN			
% VARIACIÓN =	(DIF. TIR	/	TIR DEL PROYECTO
% VARIACIÓN =	6,54%	/	68%
% VARIACIÓN =	10%		
SENSIBILIDAD			
SENSIBILIDAD=	% VARIACIÓN	/	NUEVO TIR
SENSIBILIDAD=	0,16	<	1

El proyecto es insensible a una disminución de la inflación anual del 10% en sus ingresos para la proyección de los 5 años.

6.10. Análisis Financiero a Partir de Razones

Desde el punto de vista económico ya se ha evaluado la inversión en el proyecto, sin embargo los Estados Financieros permitirán reconocer la situación financiera de la empresa de ahí que las razones financieras son necesarias para este análisis.

Los índices financieros que se analizan en el proyecto son:

Cuadro No. 156

Indicadores Financieros

Indicadores Financieros	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Razón Corriente	Solvencia	6,06	4,40	3,96	4,70	5,39
Nivel de Endeudamiento	0,62	0,43	0,21	0,00	0,00	0,00
Apalancamiento	1,66	1,00	0,41	0,00	0,00	0,00
Autonomía Financiera	1,00	0,85	0,66	0,48	0,35	0,26
Rotación Activo		1,32	1,55	1,63	1,39	1,22
Rotación del Patrimonio		3,06	2,94	2,57	2,19	1,88
Rendimiento de los Activos (ROA)		0,20	0,38	0,54	0,54	0,51
Rendimiento del Patrimonio (ROE)		0,46	0,73	0,85	0,85	0,78
Ventas por trabajador		\$ 18.000,00	\$ 22.500,00	\$ 27.000,00	\$ 31.500,00	\$ 36.000,00
Margen Bruto		0,62	0,66	0,69	0,72	0,73
Margen Operacional		0,20	0,27	0,34	0,39	0,42
Margen Neto		0,10	0,16	0,21	0,25	0,27

Elaborado por: La autora

- **Razón Corriente (Solvencia):**
$$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

Es la medida en general de la empresa para cumplir sus deudas a corto plazo, entre mayor sea mejor.

El proyecto tiene una razón corriente muy buena puesto que va en aumento constante año tras año, al inicio cuenta en promedio con USD 4 para pagar cada dólar de deuda a corto plazo.

- **Nivel de Endeudamiento**
$$\frac{\text{Total Pasivo con Terceros}}{\text{Total Activos}}$$

Revela el nivel de endeudamiento de la empresa en relación con todo lo que posee en cualquier momento, este proyecto tiene un nivel de endeudamiento del 62% en el 2012, 43% en el 2013 y 21% en el 2014, es decir que a partir del cuarto año ya no habría deudas pendientes.

- **Leverage Total (Apalancamiento)** $\frac{\text{Total Pasivo con Terceros}}{\text{Patrimonio}}$

Expresa la proporción entre el capital aportado por las accionistas y el de los acreedores; si se necesitara obtener un préstamo es importante que se mantenga debajo de 1,5; si es menor mejor considerando que existiría menor presión sobre la deuda y mayor protección para los acreedores.

En el año preoperativo el apalancamiento representa 1,66 que es mayor al estándar de 1.5; empero este valor disminuye a 1 en el 2012 y 0,41 en el 2013, en los siguientes años ya no hay apalancamiento.

- **Autonomía Financiera:** $\frac{\text{Fondos Propios}}{\text{Fondos Ajenos}}$

Explica la relación inversa al Apalancamiento; los fondos propios constituyen el capital social y los fondos ajenos el préstamo y los impuestos por pagar.

Conforme pasa el tiempo la autonomía financiera disminuye debido a que no se aumenta el capital social, baja de 1 en 2011 a 0,26 en 2016.

- **Rotación del Activo:** $\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Activo Total}}$

Indica el valor de ingresos que pudo producir la inversión en activos, entre más alto sea el indicador, es mejor; en este punto se observa que a medida que pasa el tiempo la rotación de activo fijo disminuye en el 2012 rota 1,32 veces; en 2013 1,55 veces; en 2014 rota 1,63 veces; en 2015 rota 1,39 veces y en 2016 rota 1,22 veces.

- **Rotación del Patrimonio:** $\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Patrimonio}}$

El patrimonio rota en promedio una vez cada año, pero decrece año tras año: de 3,06 veces en 2012 a 1,88 veces en 2016.

- **Rendimiento de los Activos (ROA):**
$$\frac{\text{Utilidades antes de Impuestos UAI}}{\text{Activo Total}}$$

Entre más alto sea el porcentaje mayor será la productividad de los activos de la empresa para generar ventas. Los años más productivos son el 2014 y 2015 con el 54% de productividad sin embargo no se sostiene por sí sola ya que decae al 0,51 al final del horizonte de tiempo del proyecto.

- **Rendimiento del Patrimonio (ROE):**
$$\frac{\text{U.A.I.}}{\text{Patrimonio}}$$

Permite medir la probabilidad de aumentar el capital contable después de pagar dividendos, vía utilidades retenidas, en este caso se puede considerar y hay altas posibilidades de aumentar el capital así se tiene 46% en 2012; 73% en 2013; 85% en 2014; 85% en 2015 y 78% en 2016.

- **Ventas por trabajador:**
$$\frac{\text{Ventas Netas}}{\text{Número de Trabajadores}}$$

El número de empleados genera un valor en ventas por el aporte que presta a la empresa, en promedio cada trabajador generará ventas de USD18.000,00 en 2012; USD22.500,00 en 2013; USD27.000,00 en 2014; USD31.500,00 en 2015 y USD36.000,00 en 2016.

- **Margen Bruto:**
$$\frac{\text{Utilidad Bruta}}{\text{Ventas Netas}}$$

El porcentaje de utilidad sobre las ventas después de haber cubierto los costos de producción en promedio es alto. El 62% en 2012; el 66% en 2013; el 69% en 2014; 72% en 2015 y 73% en 2016.

- **Margen Operacional:**
$$\frac{\text{Utilidad Operativa}}{\text{Ventas Netas}}$$

El porcentaje de utilidad sobre las ventas después de haber cubierto todos los costos de producción y los gastos administrativos crece paulatinamente año tras año del siguiente modo: 20% en 2012; 27% en 2013; 34% en 2014; 39% en 2015; 42% en 2016.

- **Margen Neto:**
$$\frac{\text{Utilidad Neta}}{\text{Ventas Netas}}$$

El porcentaje de utilidad neta sobre las ventas después de haber cubierto todos los costos y gastos crece año tras año; dicha rentabilidad de cada período queda a disposición de las accionistas para repartirse o reinvertir. Sus porcentajes anuales van 10% en 2012; 16% en 2013; 21% en 2014; 25 en 2015 y 27% en 2016. La rentabilidad aumenta a medida que pasa el tiempo.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

Las conclusiones al terminar el desarrollo del presente proyecto son:

- El Estudio de Mercado permitió reconocer el mercado hacia el que está dirigido el presente proyecto así como la competencia indirecta del servicio que se oferta en la ciudad de Quito; determinando la oportunidad de negocio y estableciendo la demanda que se pretende cubrir con este proyecto.
- La aplicación de las encuestas a turistas nacionales y extranjeros ayudaron a enfocar mejor el servicio y el Plan de Mercadeo puesto que las personas en general perciben la palabra chiva como algo popular; así pues fue necesario cambiar el nombre de tours en chiva por tours por los Caminos de la Ciudad del Sol que denota cultura y se enfoca a hacer turismo.
- Como se dijo en el punto anterior el objetivo del proyecto es mostrar la cultura de una manera diferente por eso el recorrido que se creó será desarrollado por las principales calles Centro Histórico de Quito mostrando la trayectoria de cada edificación de este lugar y ubicando su estación en un lugar de fácil acceso para turistas nacionales y extranjeros.
- Las encuestas realizadas también permitieron segmentar el mercado: en el caso de los turistas nacionales se enfoca en personas de entre 24 y 34 años, que coincidentemente se apega a la hipótesis del INEC de que la mayor parte de la población está en ese rango. Sin embargo los turistas extranjeros en su mayoría son jubilados o estudiantes y buscan recrearse mientras visitan el país.

- Se contratará personal suficiente para atender a los clientes cumpliendo con todos los beneficios de ley y aumentos salariales estipulados para no perder el talento capacitado; asimismo cada trabajador tendrá una jornada de 8 horas y se trabajará rotativamente.
- Para la creación de la empresa es importante cumplir con los requisitos que exige el Municipio de Quito y el Ministerio de Turismo. De igual manera la afiliación a CAPTUR, el registro en la Superintendencia de Compañías y en el Servicio de Rentas Internas.
- En cuanto al financiamiento se pudo constatar que el banco otorgaría un préstamo considerando a Caminos de la Ciudad del Sol dentro de las PYMES pues sus ingresos serán mayores a USD100.000,00 y su capital social es de USD60.000,00.
- El financiamiento bancario aumenta la utilidad puesto que se está cubriendo las inversiones y gastos con dinero de terceros.
- El Estudio Económico dejó ver la inversión real que se necesita para iniciar la empresa, sobre todo porque a mayor inversión, mayor rentabilidad, aunque el riesgo es grande.
- Los costos de los insumos son bastante bajos debido a los subsidios, empero los costos más altos están concentrados en la mano de obra por todos los beneficios.
- El precio de venta de los boletos será de USD5,00; dicho precio es promediado en función de los precios que cobra la competencia indirecta al prestar el servicio de tours por lugares específicos en el Centro Histórico.
- La evaluación financiera determinó que el proyecto es viable puesto que su Tasa Interna de Retorno es tres veces mayor a la Tasa Mínima Aceptada de Rendimiento; de igual forma el beneficio costo triplica la utilidad a cada dólar invertido.

RECOMENDACIONES

- Como el impacto que genera el proyecto es moderado en cuanto a ruido y aire por el uso de los vehículos se debe realizar los controles regulares en la CORPAIRE y procurar sintonizar adecuadamente los equipos de amplificación para no enfermar a ninguna persona.
- Puesto que la rentabilidad del proyecto es alta se debe pensar en aumentar la oferta o crear extensiones para otras partes históricas de la ciudad de Quito como son Chillogallo, Cotocollao, La Mariscal y otras más.
- Prestar un servicio adecuado, absolviendo dudas de los usuarios y creando valor agregado en cada acción.
- La evaluación expost permitirá mejorar y/o mantener la calidad del servicio prestado.
- Así mismo se deberá conversar con los propietarios o administradores de las edificaciones del centro histórico para obtener información más amplia sobre la trayectoria de dichos lugares.

REFERENCIAS

Bibliografía Consultada

LIBROS

BRAVO, Mercedes. TAPIA, Carmita. *Contabilidad de Costos*. Editorial Nuevo Día. Primera Edición. Quito. 2007. Págs. 338.

BRAVO, Mercedes. *Contabilidad General*, Editorial Nuevo Día, Novena Edición, 400 Págs. 396.

JURADO NOBOA, ERNESTO. *Calles, casas y gente del Centro Histórico de Quito*, Tomo I. FONSA, 2003. Págs. 542.

JURADO NOBOA, Fernando. *Calles, casas y gente del Centro Histórico de Quito*, Tomo II. FONSA Quito. 2005.

JURADO NOBOA, Fernando. *Calles de Quito*. Banco Central del Ecuador. Quito. 1989.

JURADO NOBOA, Fernando. *Casas del Viejo Quito*. Quito. p. 68.

KOTLER, Philip, *Fundamentos de Mercadotecnia*, 1ª Edición, Prentice-Hall Hispanoamericana S.A., México DF, 1985.

LARREA DONOSO, Galo. *Patrimonio Natural y Cultural Ecuatoriano. Conclusiones del Symposium Interamericano del Patrimonio Cultural ICOMOS – OEA 1978*. Banco Central del Ecuador. Quito. 1982. p. 435

MENESES ALVAREZ, Edilberto. *Preparación y evaluación de proyectos*. Quito. 2004. Págs. 210.

ROSILLO, Jorge, *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión*. Cengage Learning. Bogotá. 2008. Págs. 413.

STANTON, William. ETZEL, Michael. WALKER, Bruce. *Fundamentos de Marketing*, McGraw Hill. 13a. Edición. México. 2004. Págs. 813

SAPAG CHAIN, Nassir. SAPAG CHAIN, Reinaldo. *Preparación y Evaluación de Proyectos*. Tercera Edición. Mc Graw –Hill. Colombia. 1997. Págs. 406.

SÁNCHEZ, Carlos Andrés, *Administración de Proyectos. Preparación y Evaluación*. Universidad Tecnológica Equinoccial, Quito, Enero 2007, págs. 119.

Legislación Turística

Ley de Turismo

Ley Orgánica de Tránsito, Transporte Terrestre y Seguridad Vial.

Reglamento General de Actividades Turísticas

Documentos

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, *Plan Estratégico de Turismo de Quito*, CHIAS Marketing, noviembre 2007

ROBERT D'ERCOLE, Pascale Metzger, *El patrimonio en el Distrito Metropolitano de Quito*, Cooperación Científica y Técnica entre el Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (MDMQ) y el Instituto de Recherche pour le Développement (IRD), junio 2002, 67 págs.

Corporación Metropolitana de Turismo, *Guía de Información Financiera*, 2008, 40 págs.

Corporación Metropolitana de Turismo, *Guía de trámites para la instalación y formalización de Establecimientos Turísticos en el Distrito Metropolitano de Quito*, febrero 2008, 32 págs.

Ministerio de Turismo del Ecuador, *Manual de Formulación de Planes de Negocio para líneas de crédito turístico con el Banco Nacional de Fomento*, 28 págs.

Fundación Esquel. *Plan Equinoccio 21. Quito hacia el 2025*. Documento Ciudadano. Julio 2004.

Páginas web consultadas

Empresa Metropolitana Quito Turismo

www.quito-turismo.gob.ec

Banco Central del Ecuador

www.bce.fin.ec

Dirección Nacional de Migración

www.migración.gov.ec

Cámara de Turismo de Pichincha

www.captur.com

Ministerio de Turismo

www.turismo.gov.ec

Dirección General de Aviación Civil

www.dgac.gov.ec

Diario El Comercio

www.elcomercio.com

Diario El Universo

www.eluniverso.com

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito

www.quito.gob.ec

Enciclopedia Consejo Provincial de Pichincha

www.edufuturo.com

Organización Mundial del Turismo

www.unwto.org

Turismo Natural

www.turismonatural.net

Ministerio de Relaciones Laborales

www.mintrab.gov.ec

Ministerio del Ambiente

www.ambiente.gob.ec

Ministerio de Turismo

www.mintur.gob.ec

Secretaría de Ambiente

www.quitoambiente.gob.ec

ANEXOS

Anexos

1. Listado Elementos Patrimoniales
2. Encuesta turistas nacionales
3. Encuesta turistas extranjeros
4. Proformas:
 - 4.1. Dina S.A.,
 - 4.2. Mueblería,
 - 4.3. Esmetal,
5. Formularios:
 - 5.1. Solicitud de certificación del Registro en el Ministerio de Turismo
 - 5.2. Formulario Licencia Única Anual de Funcionamiento
 - 5.3. Solicitud de Afiliación a la Cámara de Turismo de Pichincha, CAPTUR
6. Anexo de proyecciones Mano de Obra Directa e Indirecta

ANEXO 1: CUADRO DE VALORACIÓN DE LOS ELEMENTOS PATRIMONIALES DEL CENTRO HISTÓRICO DE QUITO*

Clave	Nombre	Siglo de Construcción	Valor Arquitectónico	Valor de antigüedad	Valor histórico	Valor Político	Valor religioso	Valor recreativo-cultural	Valor Social	Valor Turístico	Valor por población flotante	Valor de Inventario	Suma Valores	Importancia Global
1	Plaza de la Independencia	16	3	3	3	3	1	3	3	3	3	1	26	Muy Importante
2	Palacio presidencial	18	2	2	3	3	0	0	2	3	2	3	20	Importante
3	Edificio presidencial	20	1	1	1	3	0	0	1	1	0	1	9	Menor importancia
4	Iglesia y Monasterio de La Concepción	16	3	3	2	1	2	2	1	2	1	2	19	Importante
5	Antiguo Hotel Magestic	20	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	8	Menor importancia
6	Palacio Arzobispal	19	2	2	1	3	1	1	2	2	2	3	19	Importante
7	Edificio Pérez Pallares	20	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	7	Menor importancia
8	Palacio Municipal	20	1	1	2	2	0	1	1	2	3	1	14	Menor importancia
9	Catedral	16	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	28	Muy Importante
10	Edificio Empresa Centro Histórico	18	2	2	1	2	0	0	2	2	2	1	14	Menor importancia
11	Municipio Administración Zona Centro	20	2	1	2	2	0	0	1	1	2	1	12	Menor importancia
12	Plaza Chica	20	1	1	1	1	0	2	3	1	3	1	14	Menor importancia
13	C.C. Pasaje Vaca	20	1	1	1	1	0	2	3	1	3	1	14	Menor importancia
14	Iglesia Del Sagrario	17	3	3	2	1	1	1	1	2	1	3	18	Importante
15	Antiguo Cuartel De La Real Audiencia	18	2	2	3	1	0	3	1	3	1	3	19	Importante
16	Antigua U. Central	18	3	2	3	1	0	3	3	3	2	3	23	Importante
17	Iglesia De La Compañía	17	3	3	3	1	3	3	2	3	3	3	27	Muy Importante
18	Colegio Gonzaga	17	2	3	2	1	1	1	1	1	0	2	14	Menor importancia
19	Plazoleta Benalcázar	16	2	3	2	1	0	1	1	2	2	1	15	Importante
20	Casa del Toro	18	2	2	2	1	0	0	1	2	0	1	11	Menor importancia
21	Hostal Patio Andaluz	19	2	2	2	1	0	1	1	3	1	2	15	Importante
22	Antiguo Círculo Militar	20	1	1	2	1	0	1	1	2	1	2	12	Menor importancia

Clave	Nombre	Siglo de Construcción	Valor Arquitectónico	Valor de antigüedad	Valor histórico	Valor Político	Valor religioso	Valor recreativo-cultural	Valor Social	Valor Turístico	Valor por población flotante	Valor de Inventario	Suma Valores	Importancia Global
23	Casa De Los Presidentes	19	2	2	2	3	1	0	1	1	1	2	15	Importante
24	Iglesia de San Agustín	16	3	3	2	1	3	3	2	2	2	3	24	Muy Importante
25	Teatro Bolívar	20	2	1	1	2	0	3	2	3	1	1	16	Importante
26	Antiguo Colegio San Fernando	18	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	13	Menor importancia
27	Archivo Histórico del Banco Central	20	1	1	1	1	0	2	1	3	1	3	14	Menor importancia
28	Museo María Augusta Urrutia	19	2	2	2	1	0	2	1	3	0	3	16	Importante
29	Museo Casa de Sucre	19	2	2	3	1	0	2	1	3	0	3	17	Importante
30	Antiguo Edificio del Banco Central	20	3	1	2	2	0	3	3	3	0	2	19	Importante
31	Conjunto de San Francisco	16	3	3	3	2	3	3	1	3	3	3	27	Muy Importante
32	Iglesia y Convento de La Merced	16	3	3	2	1	3	1	1	3	2	3	22	Importante
33	Museo Nacional De Arte Colonial	16	2	3	1	3	0	2	1	3	0	3	18	Importante
34	Casa De Benalcázar	17	2	3	2	1	0	1	1	2	1	3	16	Importante
35	Iglesia de Santa Bárbara	19	2	2	1	1	1	1	1	2	1	2	14	Menor importancia
36	Iglesia y Monasterio de San Juan	17	2	3	1	1	2	2	1	1	1	2	16	Importante
37	Basílica del Voto Nacional	19	2	2	1	1	1	1	2	1	0	1	12	Menor importancia
38	Museo Casa Del Higo	19	1	2	2	1	0	2	1	3	0	3	15	Importante
39	Iglesia y Monasterio Del Carmen Bajo	18	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	16	Importante
40	Plaza del Teatro	17	3	3	3	1	0	3	3	3	2	1	22	Importante
41	Plazoleta Marín	19	1	2	1	1	0	2	1	1	3	1	13	Menor importancia
42	Monasterio e Iglesia de Santa Catalina	16	3	3	1	1	1	3	1	1	1	2	17	Importante
43	Conjunto de Santo Domingo	16	3	3	2	1	3	3	3	3	2	3	26	Muy Importante
44	Casa Ponce	18	2	2	1	1	0	1	1	1	0	2	11	Menor importancia
45	Centro Comercial La Manzana	20	1	1	1	1	0	2	3	1	2	1	13	Menor importancia

Clave	Nombre	Siglo de Construcción	Valor Arquitectónico	Valor de antigüedad	Valor histórico	Valor Político	Valor religioso	Valor recreativo-cultural	Valor Social	Valor Turístico	Valor por población flotante	Valor de Inventario	Suma Valores	Importancia Global
46	Museo de La Ciudad	16	3	3	2	2	0	2	2	3	1	3	21	Importante
47	Arco de La Reina	18	3	2	2	1	0	0	1	1	1	1	12	Menor importancia
48	Iglesia y Monasterio del Carmen Alto	18	3	2	1	1	1	2	2	1	1	2	16	Importante
49	Iglesia y Monasterio de Santa Clara	17	3	3	1	1	1	1	1	1	1	2	15	Importante
50	Capilla del Robo	18	2	2	1	1	1	1	1	1	0	2	12	Menor importancia
51	Casa de los Siete Patios	19	1	2	1	1	0	1	2	3	2	2	15	Importante
52	Antigua Cervecería La Victoria	20	1	1	1	1	0	1	1	2	0	1	9	Menor importancia
53	Iglesia de San Roque	20	2	1	1	1	1	1	1	1	0	2	11	Menor importancia
54	Vivienda Solidaria de San Roque	20	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	7	Menor importancia
55	Plazoleta La Victoria	19	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	15	Importante
56	Cementerio de San Diego	19	2	2	1	1	1	1	2	2	1	2	15	Importante
57	Plaza y Convento de San Diego	17	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	14	Menor importancia
58	Conjunto El Tejar	18	2	2	1	1	0	2	3	1	2	1	15	Importante
59	Antiguo Hospital Militar	20	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	9	Menor importancia
60	Colegio Mejía y Museos	20	2	1	1	1	0	1	2	2	0	2	12	Menor importancia
61	Antiguo Colegio 24 de Mayo	20	1	1	2	1	0	1	1	1	0	1	9	Menor importancia
62	El Churro De La Alameda	19	2	2	1	1	0	2	2	2	1	1	14	Menor importancia
63	Iglesia EL Belén	17	2	3	1	1	3	2	2	2	1	2	19	Importante
64	Observatorio Astonómico	19	2	2	3	1	0	2	2	2	0	2	16	Importante
65	Monumento a Simón Bolívar	20	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	7	Menor importancia
66	Banco Central del Ecuador	20	1	1	3	3	0	1	2	2	2	3	18	Importante
67	Casas de la calle Briceño	20	1	1	1	1	0	0	1	2	0	1	8	Menor importancia
68	Casas de la calle Caldas	20	1	1	1	1	0	0	1	2	0	1	8	Menor importancia
69	Plaza e Iglesia de San Blas	16	2	3	1	1	2	2	3	1	3	2	20	Importante

Clave	Nombre	Siglo de Construcción	Valor Arquitectónico	Valor de antigüedad	Valor histórico	Valor Político	Valor religioso	Valor recreativo-cultural	Valor Social	Valor Turístico	Valor por población flotante	Valor de Inventario	Suma Valores	Importancia Global
70	Plaza Belmonte	20	1	1	2	1	0	2	1	2	2	1	13	Menor importancia
71	Museo de Manuela Sáenz	19	1	2	3	1	0	2	1	3	0	3	16	Importante
72	Museo de Archivo de Arquitectura	19	1	2	1	1	0	1	1	3	0	3	13	Menor importancia
73	Fundación Caspicara	19	1	2	2	2	0	2	1	3	0	3	16	Importante
74	Plaza e iglesia de San Marcos	17	3	3	2	1	3	3	1	3	1	2	22	Importante
75	Guambroteca	20	1	1	1	2	0	1	3	1	0	1	11	Menor importancia
76	Capilla de los Milagros	17	2	3	1	1	1	2	1	2	0	1	14	Menor importancia
77	Escuela Taller Quito	18	2	2	1	1	0	1	1	1	0	2	11	Menor importancia
78	Centro Cultural Mama Cuchara	20	3	1	2	2	0	3	3	3	1	3	21	Importante
79	Barrio La Ronda	18	3	2	2	1	0	1	2	2	0	1	14	Menor importancia
80	Avenida 24 de Mayo	20	2	1	2	1	0	2	3	1	1	1	14	Menor importancia
81	Casa de las tres Manuelas	19	1	2	1	2	0	1	2	1	0	1	11	Menor importancia
82	Hospicio	18	2	2	1	2	0	0	2	1	0	1	11	Menor importancia
83	Iglesia de San Sebastián	16	3	3	1	1	2	2	1	1	0	2	16	Importante
84	Plaza de la Recoleta	20	1	1	1	1	0	2	2	2	1	1	12	Menor importancia
85	Iglesia del Buen Pastor	17	3	3	1	1	2	1	2	1	0	1	15	Importante
86	Panecillo	20	1	1	2	1	0	2	2	3	0	1	13	Menor importancia
87	Cima de la Libertad	20	1	1	3	1	0	2	2	1	0	2	13	Menor importancia
88	Itchimbia	20	1	1	2	1	0	2	2	1	0	1	11	Menor importancia
89	Guápulo	18	2	2	2	1	3	3	3	3	1	2	22	Importante

*D'ERCOLE, Robert. METZER, Pascale. El Patrimonio en el Distrito Metropolitano de Quito. *Valoración de sus principales elementos y análisis especial*. Quito. Junio 2002

ANEXO 2: ENCUESTA TURISTAS NACIONALES

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ENCUESTA TURISTAS NACIONALES

OBJETIVO: Determinar la aceptación del servicio de tours por el Centro Histórico de Quito.

Edad <input type="text"/> <input type="text"/>	Sexo <input type="checkbox"/> M <input type="checkbox"/> F																																												
Nivel de Instrucción: Primaria <input type="checkbox"/> Secundaria <input type="checkbox"/> Pregrado <input type="checkbox"/> Posgrado <input type="checkbox"/> Otro <input type="checkbox"/>	Ocupación: Empleado privado <input type="checkbox"/> Empleado público <input type="checkbox"/> Por cuenta propia <input type="checkbox"/> Jubilado <input type="checkbox"/> Estudiante <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>	Ciudad de Residencia _____ Si vive fuera de Quito, por qué vino a Quito? Visita Familiar <input type="checkbox"/> Negocios <input type="checkbox"/> Turismo <input type="checkbox"/> Estudios <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>																																											
Ingresos (dólares) De 0 a 240 <input type="checkbox"/> De 241 a 500 <input type="checkbox"/> De 501 a 1000 dólares <input type="checkbox"/> Más de 1000 <input type="checkbox"/>																																													
Cuánto conoce del Centro Histórico de Quito? 100% <input type="checkbox"/> 75% <input type="checkbox"/> 50% <input type="checkbox"/> 25% <input type="checkbox"/> 0% <input type="checkbox"/>	Cón qué frecuencia visita el Centro Histórico de Quito? Diario <input type="checkbox"/> Semanal <input type="checkbox"/> Quincenal <input type="checkbox"/> Mensual <input type="checkbox"/> Rara Vez <input type="checkbox"/>	En qué se transporta para llegar al Centro Histórico de Quito? <input type="checkbox"/> Bicicleta <input type="checkbox"/> Autobus <input type="checkbox"/> Caminando <input type="checkbox"/> Auto propio <input type="checkbox"/> Trole																																											
Con quién vino al Centro Histórico? Sólo <input type="checkbox"/> Pareja <input type="checkbox"/> Familia <input type="checkbox"/> Amigos <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/>																																													
Cuando busca información sobre Quito a qué medio se refiere? Internet <input type="checkbox"/> Operador de turismo <input type="checkbox"/> Familiar / Amigo <input type="checkbox"/> Televisión <input type="checkbox"/> Agencia de Viaje <input type="checkbox"/> Otros <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Revista <input type="checkbox"/>																																													
Califique cuánto conoce de los siguientes lugares. <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse; margin-top: 10px;"> <thead> <tr> <th style="width: 20%;"></th> <th style="width: 15%;">Todo 100%</th> <th style="width: 15%;">Mucho 75%</th> <th style="width: 15%;">Ni mucho ni poco 50%</th> <th style="width: 15%;">Poco 25%</th> <th style="width: 15%;">Nada 0%</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Museos</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Iglesias y conventos</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Plazas y calles</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Teatros</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Barrios</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> <tr><td>Locales artesanales</td><td></td><td></td><td></td><td></td><td></td></tr> </tbody> </table>					Todo 100%	Mucho 75%	Ni mucho ni poco 50%	Poco 25%	Nada 0%	Museos						Iglesias y conventos						Plazas y calles						Teatros						Barrios						Locales artesanales					
	Todo 100%	Mucho 75%	Ni mucho ni poco 50%	Poco 25%	Nada 0%																																								
Museos																																													
Iglesias y conventos																																													
Plazas y calles																																													
Teatros																																													
Barrios																																													
Locales artesanales																																													
Qué lugares del Centro Histórico le gustaría conocer más? _____																																													
¿Ha contratado algún tour para conocer Quito? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Cuál? _____																																													
Está conforme con el precio que pagó? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> ¿Por qué? _____																																													
Califique el servicio recibido Mal <input type="checkbox"/> Bueno <input type="checkbox"/> Muy Bueno <input type="checkbox"/> Excelente <input type="checkbox"/>																																													
¿Recomendaría que visiten Quito? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/>																																													
¿Le gustaría recorrer el Centro Histórico de Quito en chiva conociendo la historia de sus edificios coloniales para que Ud. pueda decidir qué lugares visitar? SI <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tal vez <input type="checkbox"/> No Contesta <input type="checkbox"/>																																													
¿Cuánto pagaría usted por este servicio? _____																																													

ANEXO 3: ENCUESTA TURISTAS EXTRANJEROS

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA SEDE QUITO FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS ENCUESTA TURISTAS EXTRANJEROS			
OBJETIVO / OBJECTIVE: Determinar la aceptación del servicio de tours por el Centro Histórico de Quito. / To determine the acceptance of a service company that offers tours around the Historic Centre of Quito.			
Edad/ Age: <input type="text"/> <input type="text"/>	Sexo/Gender M <input type="checkbox"/> F <input type="checkbox"/>		
Nivel de Instrucción/ Education Level: Primaria / Elementary School <input type="checkbox"/> Secundaria / High School <input type="checkbox"/> Pregrado / Undergraduate <input type="checkbox"/> Posgrado / Postgraduate <input type="checkbox"/> Otro/ Other <input type="checkbox"/>	Ocupación / Occupation: Empleado privado / Private employee <input type="checkbox"/> Empleado público / Public Employee <input type="checkbox"/> Por cuenta propia / Freelance <input type="checkbox"/> Jubilado/ Retired <input type="checkbox"/> Estudiante / Student <input type="checkbox"/> Otros / Other <input type="text"/>	Nacionalidad / Nationality: Ecuatoriana / Ecuadorian <input type="checkbox"/> Extranjera / Foreigner <input type="checkbox"/> Residencia / Residence: Ecuador <input type="checkbox"/> Ciudad/ City: _____ Exterior/ Abroad <input type="checkbox"/> Ciudad/ City: _____	
Ingresos / Incomes (dólares / dollars) De/From 0 a/to 500 <input type="checkbox"/> De / From 501 a/to 1000 <input type="checkbox"/> De/From 1000 a/to 2000 <input type="checkbox"/> Más de 2000 / More than 2000 <input type="checkbox"/>			
Por qué motivo viajó a Quito? / Why did you travel to Quito? Visita personal / Personal Visit <input type="checkbox"/> Negocios / Business <input type="checkbox"/> Turismo / Tourism <input type="checkbox"/> Estudios / Studies <input type="checkbox"/>	En qué medio de transporte llegó a Quito? / What was your mean of transportation to arrive Quito? Avión / Plane <input type="checkbox"/> Autobús / Bus <input type="checkbox"/> Auto propio / Own car <input type="checkbox"/> Other <input type="checkbox"/>	Con quién vino? / Who came with you? Solo / Alone <input type="checkbox"/> Pareja / Couple <input type="checkbox"/> Familia / Family <input type="checkbox"/> Amigos / Friends <input type="checkbox"/> Colega / colleague <input type="checkbox"/>	
Cuántos días estuvo en Quito/ How many days did you stay in Quito? 1__ 2__ 3__ 4__ Más de 4/ More than 4__			
Por qué medios obtuvo información sobre Quito? / Which was your source of información about Quito? Internet <input type="checkbox"/> Operador de turismo / Tourism operator <input type="checkbox"/> Familiar / Relative <input type="checkbox"/> Televisión /TV <input type="checkbox"/> Agencia de Viaje / Travel Agency <input type="checkbox"/> Amigo / Friend <input type="checkbox"/> Radio <input type="checkbox"/> Revista / Magazine <input type="checkbox"/> Otros / Other <input type="text"/>			
Qué lugares conoció en el Centro Histórico de Quito? / What places did you know in the Historic Centre of Quito? Museos / Museums <input type="checkbox"/> Iglesias / Churchs <input type="checkbox"/> Prazas / Squares <input type="checkbox"/> Calles / Streets <input type="checkbox"/> Locales artesanales / Souveniers shops <input type="checkbox"/> Teatros / Theater <input type="checkbox"/> Parques / Parks <input type="checkbox"/> Conventos / Convents <input type="checkbox"/>			
Qué lugares específicos le gustaría conocer más en Centro Histórico de Quito?/ What specific places would you like to know in the Historic Centre of Quito? _____			
¿Contrató algún tour para conocer Quito? / ¿Did you hire any tour to see Quito? SI / YES <input type="checkbox"/> NO / NO <input type="checkbox"/> En caso de SI, está conforme con el precio que pagó? / In case of YES, are you satisfy with the price you paid? SI / YES <input type="checkbox"/> NO / NO <input type="checkbox"/> ¿Por qué? / Why? Califique el servicio recibido / Please, give a mark to the service Excellent / Excelente <input type="checkbox"/> Muy Bueno/Very good <input type="checkbox"/> Bueno / Good <input type="checkbox"/> Malo / Bad <input type="checkbox"/>			
Recomendaría que visiten Quito? / Would you recommend Quito as a touristic place? SI / YES <input type="checkbox"/> NO / NO <input type="checkbox"/> Por qué? / Why? _____			
¿Le gustaría recorrer el Centro Histórico de Quito en chiva conociendo la historia de sus edificios coloniales para que Ud. pueda decidir qué lugares visitar? / ¿Would you like to go all over the Historic Centre of Quito by chiva, knowing about its buildings history so that you can decide the places you would like to visit? SI /YES <input type="checkbox"/> NO <input type="checkbox"/> Tal vez / Maybe <input type="checkbox"/> No Contesta / No Answer <input type="checkbox"/>			
¿Cuánto pagaría Ud. por este servicio? / ¿How much would you pay for this service? _____			

ANEXO 4.1: PROFORMA DINA

D i n a



Distribuidora Nacional de Automotores S. A.

Quito, 16 de marzo del 2011

Señores: VIVIANA AYALA
Dirección: QUITO
Teléf.: 2455-701 / 098 909-313
Presente.-

OFERTA de CHASIS CABINADO marca VOLKSWAGEN modelo 9150 año 2011 4X2

A continuación se servirá encontrar la Oferta de CHASIS CABINADO marca VOLKSWAGEN, modelo 9-150, con capacidad de carga 6-7 TONELADAS, fabricación brasileña, de acuerdo a las siguientes especificaciones y condiciones:

APLICACIÓN: PARA CAMION y FURGON

DESCRIPCION DEL CHASIS:

Motor: Modelo MWM 4.10 TCA TURBO E INTERCOOLER, de 4 cilindros en línea, cilindrada de 4.300 cm³, Relación de Compresión 17:1, Potencia Neta Máx. 145 CV (107kw) / 2600 r.p.m., Par motor neto Máx 51 kgfm (500 Nm) / 1.600 r.p.m., Bomba Inyectora BOSCH VE-ROTATIVA, Compresor de Aire KNORR LK38

Transmisión: CAJA DE CAMBIO EATON FSO 4305C, Modelo palanca en el suelo, De 5 machas (sincronizadas) y 1 reversa, Relación de transmisión: 1ª 5,76:1, 2ª 2,64:1, 3ª 1,53:1, 4ª 1,00:1, 5ª 0,77:1, Reversa 5,24:1, Tracción 4 X 2

Embrague: Tipo monodisco a seco, revestimiento orgánico, Modelo VALEO, Mando hidráulico, "PULL TYPE", Diámetro del Disco 330 mm.

Eje delantero: Tipo viga "I" en acero forjado, Modelo MERITOR FC 845,

Eje posterior: Tipo eje rígido en acero estampado, Modelo DANA 480, Relación de Reducción 4,63:1

Suspensión Delantera: Tipo eje rígido, Muelles parabólicos, Amortiguadores hidráulicos, Telescópicos de doble acción, Barra estabilizadora STANDARD. **Suspensión Posterior:** Tipo eje rígido motriz, Muelles Principales semielípticos de acción progresiva, Muelles auxiliares parabólicos, Amortiguadores hidráulicos, telescópicos de doble acción, Barra Estabilizadora STANDARD.

Dirección: Tipo hidráulica integral con esferas recirculantes, Modelo ZF 8090, Relación de Reducción 16,6:1 a 19,6:1.

Chasis: Tipo escalera, perfil constante, superficie llana, remachado y atornillado, Material LNE 38 (E.E. 2850/3300/3900 mm) LNE 50 (DEE 4.300 mm)

Ruedas y Neumáticos: Aros de las Ruedas 6,0"x17,5", Neumáticos 215/75R17,5

Frenos: Frenos aire, "S" Came, Tipo tambor en las ruedas delanteras y traseras, Circuito doble, independiente, reservorio triple de aire, Area Efectiva de frenaje 1.823 cm², Freno de estacionamiento cámara de muelle acumulador, Actuación ruedas traseras, Mando válvula moduladora en el tablero, Freno de Motor válvula tipo mariposa en el tubo de escape, Mando electroneumático, tecla en el tablero y comando en el acelerador, pedal de embrague.

Sistema Eléctrico: Tensión Nominal 12V, Batería 12V-100 Ah, Alternador 14V-90A.

Volúmenes de Abastecimiento: Tanque de Combustible en Plástico 150 lt, Cáster y filtro 9,0 lt, Caja de Cambio 4,1 lt, Eje trasero 4,0 lt, Dirección 2,5 lt, Sistema de Refrigeración con calefacción 21,6 lt, sin calefacción 20,0 lt.

Dimensiones: DEE 4300 mm Voladizo delantero 1.302 mm, trasero 2126 mm, Largo total 7728 mm, ancho máximo 2144, Anch / ovía eje delantero 1.703 Ancho via eje trasero 1.669, despeje delantero 213 Despeje trasero 194, Distancia del eje delantero hasta carrocería 680.

Pesos: Peso en Orden de Marcha eje delantero 2030 mm Eje trasero 1060 mm, TOTAL 3090 mm, Capacidad Técnica por Eje delantero 3000 kg, Trasero 5150 kg, Total admisible 8150 kg, Peso bruto total 8.150 kg, PBT con 3er. Eje 11000, Peso bruto total combinado 11000, Capacidad Máxima de tracción 11000, Capacidad máxima de carga útil + carrocería 5060 kg.

Desempeño: Relación de Reducción del Eje Trasero 4,63:1, Velocidad Máxima 105 Km/h, Capacidad de Subida con PBT 40 grados, Arranque de Rampa con PBT 27 grados, Relación PBT / Potencia 56.

CONDICIONES DE LA OFERTA:

PRECIO DEL VEHICULO:	US\$ 36.500,00 INCLUYE EL 12% I.V.A. DEE 3,9
FORMA DE PAGO:	CONTADO O FINANCIADO CON INSTITUCION BANCARIA
TIEMPO DE ENTREGA:	30 DIAS
VALIDEZ DE LA OFERTA:	30 DIAS

GARANTIA: (1) UN AÑO LIBRE DE KILOMETRAJE, MOTOR (CON EXCEPCION DEL SISTEMA DE INYECCIÓN) SERVICIO DE MANTENIMIENTO Y REPUESTOS EN FORMA PERMANENTE EN NUESTROS TALLERES CALIFICADOS.

Ruth Benítez C. Cel. 098 375-941
ASESOR COMERCIAL

OFICINA PRINCIPAL: Avda. 10 de Agosto 5100 y NNUU. Teléf: 2 923-725 / 726 / 717 Fax: 2 433-661
SUCURSAL SUR: Avda. Maldonado S20-120 y Guanazán (Eana. Sur Km 6 ½), Telef: 2 672-173 / 174 Fax 2 679-521

E-mail: gerencia@dina.com.ec Quito, ECUADOR

ANEXO 4.2: PROFORMA EL MUEBLE

ANEXO 4.2: PROFORMA EL MUEBLE

EL MUEBLE

Proforma 9016

Quito, 16 de marzo de 2011

Cliente: **VIVIANA AYALA**
mail: viviel_iii@hotmail.com
DIR:
Telf:
Obra:

Estimado Srs.

Pongo a sus ordenes la proforma de MOBILIARIO DE OFICINA según el detalle a continuación

ÍTEM	CANT	DESCRIPCIÓN	V. UNITARIO		V. TOTAL	
Estaciones						
1		Estación counter de recepción con panel frontal Incluye un modulo pedestal papelerero papelerero archivo	360,00	USD	360,00	USD
1		Estación de trabajo L 150 x60, auxiliar 90 x 60 Incluye un modulo pedestal papelerero papelerero archivo	280,00	USD	280,00	USD
Silleria						
1		Sillón ejecutivo espaldar bajo tapizado en cuerina	120,00	USD	120,00	USD
1		Tándem tripersonal	180,00	USD	180,00	USD
1		Silla secretaria, giratoria, rodante, base neumática	70,00	USD	70,00	USD
Archivacion						
1		Archivador vertical de 4 gavetas	180,00	USD	180,00	USD
Suman:					1.190,00	USD
12% IVA					142,80	USD
Total					1.332,80	USD
TIEMPO DE ENTREGA:			10 días			
FORMA DE PAGO:			60% a la firma del contrato 40% a la entrega			

Atentamente,

Byron Proaño
grupodiamante1@hotmail.com
098-432 848

ANEXO 4.3: PROFORMA ESMETAL

Imprimir mensaje - Windows Live Hotmail

chiva

De: **ESMETAL** (esmetal@u.o.telcel.net.ec)
Enviado: martes, 22 de marzo de 2011 14:14:43
Para: vivieliii@hotmail.com

Quito, Marzo 22 del 2011

Señores

VMI
Presente -

Atención: Sr.
Teléfono fax:

De nuestras consideraciones:

De acuerdo a lo solicitado sometemos a su consideración nuestra cotización de accesorios para furgones de su propiedad:

Fabricación de 1 Chiva metálica para vehículo Volkswagen 9150, de su propiedad, con los siguientes servicios:

- n Medidas de la chiva: largo: 4.350 mm, ancho: 2.200 mm, alto: 1.900 mm
- n 4 bancas con espaldar tapizados en Comosil con 8 accesos laterales
- n Pisaderas para facilitar acceso a chiva, en tubo a los dos laterales
- n Reubricamiento en piso con moqueta de caucho
- n Cajón posterior de aproximadamente 900 mm
- n 4 luces de salón, 4 cruces, 4 direccionales y 2 triángulos reflectivos en parte posterior
- n Pintura 1 color a su elección

Valor del Unitario de cada tubo: 10.190 dólares

CONDICIONES GENERALES

Forma de Pago: 50% en calidad de anticipo y saldo contra entrega de la obra.

Tiempo de Entrega: hasta 30 días hábiles, tomados en cuenta desde la recepción de la orden de compra o firma de contrato

Impuestos: Nuestra cotización no contempla el impuesto del I.V.A. El mismo que se añadirá en facturación.

Quedamos en espera de sus gratas órdenes y nos suscribimos.

Muy atentamente

Ing. César Frixone Astorga
GERENTE

ANEXO 5.1: SOLICITUD DE REGISTRO MINISTERIO DE TURISMO



SOLICITUD DE REGISTRO

RGNRT – 002

.....a.....de.....del 200...

Yo,....., en calidad de Representante Legal de la Empresa....., solicito a (a la) señor (a) Ministro (a) de Turismo, se digne de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón social (Persona Jurídica):

Denominación:.....

Ubicación:.....

Provincia

Cantón

Ciudad

Calle

Nº.

Transversal

Sector

Nº. Teléfono

Fecha constitución:

Registro Único de Contribuyentes:.....

Monto de Inversión:.....

Número de empleados:.....

Tipo de Agencia: Internacional..... Operadora..... Mayorista.....

Internacional y Operadora (DUALIDAD).....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

ANEXO 5.2: SOLICITUD LUAF

SOLICITUD DE LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (LUAF) PARA ESTABLECIMIENTOS TURÍSTICOS				 Quito Turismo	
Fecha:					
No. Registro:		Nuevo:		Renovación:	
Propietario / Persona jurídica:					
Representante legal:					
Nombre del establecimiento:					
Registro Único de Contribuyentes (RUC):			N° Patente Municipal:		
Cédula de Ciudadanía / Pasaporte:					
UBICACIÓN					
Parroquia:		Sector:			
Administración zonal:		Calle:			
No.		Transversal:			
Referencias de ubicación:					
Teléfono:		Fax:		Celular:	
Pág. Web:		E-mail:			
CLASIFICACIÓN					
<input type="checkbox"/> Agencias de viaje		<input type="checkbox"/> Casinos y Salas de juego			
<input type="checkbox"/> Transporte turístico		<input type="checkbox"/> Recreación, diversión y esparcimiento			
<input type="checkbox"/> Alojamiento		<input type="checkbox"/> Intermediación			
<input type="checkbox"/> Alimentos y bebidas					
Tipo:					
Categoría:					
DECLARACIÓN JURAMENTADA					
Yo, _____, por mis propios derechos (o en representación de la persona jurídica identificada líneas arriba) solicito que la Empresa y la Administración Municipal competente procedan con las inspecciones respectivas a la normativa turística vigente. Declaro que la información aquí proporcionada es verídica y me comprometo a acatar fielmente las disposiciones correspondientes a las leyes y ordenanzas aplicables.					
f) _____ DECLARANTE					
Céd./ Pasaporte No. _____					

ANEXO 5.3: SOLICITUD AFILIACIÓN CAPTUR



SOLICITUD DE AFILIACIÓN A CAPTUR

Por favor ingrese todos sus datos:

PERSONAS JURIDICAS PERSONAS NATURALES

MARQUE UNO DE ACUERDO A SU REGISTRO EN MINISTERIO DE TURISMO

1.- ACTIVIDAD

HOTELERIA, HOSPEDAJE Y AFINES

AGENCIA DE VIAJES, AGENCIA OPERADORA O AGENCIA MAYORISTA

TRANSPORTE AEREO, TERRESTRE Y ACUATICO TURISTICO

ALIMENTOS Y BEBIDAS

OTRAS ACTIVIDADES TURISTICAS

2.- DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O PERSONA NATURAL

Nombres y Apellidos

Dirección Domiciliaria

Teléfono

Fax

Cédula de Identidad

Pasaporte

Nacionalidad

Casilla

3.- DATOS DEL ESTABLECIMIENTO TURISTICO

RAZON SOCIAL

NOMBRE COMERCIAL

R.U.C

CATEGORIA

NUMERO DE MESAS /
HABITACIONES

Dirección del establecimiento

Si se encuentra fuera de la ciudad favor escriba dirección en Quito para poder enviar correspondencia

Teléfonos

Fax

E-mail

Página Web

Casilla

Ciudad

4.- REFERENCIAS ECONOMICAS PERSONAS NATURALES Y JURIDICAS

Capital Social

Matriz

Con sucursales en

N° de empleados

Sucursal

Con matriz en

5.- REFERENCIAS PERSONAS NATURALES Y JURIDICAS

Dos referencias personales y dos comerciales (nombres y teléfonos)

Apellidos y Nombres

Teléfono (s)

Socios principales (nombres y teléfonos)

Apellidos y Nombres

Teléfono (s)

6.- ACTIVIDADES TURISTICAS PREDOMINANTES

Yo por mis propios derechos y (ó)

en representación de solicito a

la Cámara de Turismo de Fichincha mi (la) afiliación (de mi representado) , como socio activo de la Cámara y me (nos) comprometemos a acatar fielmente los estatutos de la Cámara y a desarrollar nuestra actividad turística conforme a las leyes de la materia y demás normas aplicables "

¿Autoriza usted que la información de contacto de su establecimiento (nombre, teléfono, fax, correo electrónico, etc.) sea utilizada en nuestra base de datos para disposición del público?

Si No

Quando su solicitud sea aprobada, por favor enviamos los siguientes documentos:

PERSONAS NATURALES:

1. Copia de la cédula de Ciudadanía del Representante Legal, para extranjeros copia del permiso para ejercer la actividad turística en el país
2. Copia del Certificado de Registro del Min. De Turismo
3. Copia del Registro Unico de Contribuyentes (R. U. C.)
4. Cancelar la cuota de afiliación

PERSONAS JURIDICAS:

1. Copia de la Escritura de Constitución de la Compañía o minuta
2. Copia del último aumento de Capital (si hubiese)
3. Copia del nombramiento de Gerente y de Presidente.
4. Copia del Certificado de Registro del Min. De Turismo
5. Copia del Registro Unico de Contribuyentes (R. U. C.)
6. Cancelar la cuota de afiliación

ANEXO 6: PROYECCIONES DE MANO DE OBRA DIRECTA E INDIRECTA

2013 – 2016

Proyección Sueldos Mano de Obra Directa – Año 2013
(cifras en dólares)

CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS				Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Aporte patronal	Fondos Reserva		
Guía turístico 1	440,00	36,67	24,20	49,06	36,67	146,59	586,59
Guía turístico 2	440,00	36,67	24,20	49,06	36,67	146,59	586,59
Guía turístico 3	440,00	36,67	24,20	49,06	36,67	146,59	586,59
Guía turístico 4	440,00	36,67	24,20	49,06	36,67	146,59	586,59
Chofer 1	495,00	41,25	24,20	55,19	41,25	161,89	656,89
Chofer 2	495,00	41,25	24,20	55,19	41,25	161,89	656,89
Chofer 3	495,00	41,25	24,20	55,19	41,25	161,89	656,89
Chofer 4	495,00	41,25	24,20	55,19	41,25	161,89	656,89
Total Sueldo Básico	3740,00					Total Sueldo Mensual	4.973,94
						Total Sueldo Anual	\$ 59.687,32

Proyección Sueldos Mano de Obra Directa – Año 2014
(cifras en dólares)

CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS				Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Aporte patronal	Fondos Reserva		
Guía turístico 1	484,00	40,33	26,62	53,97	40,333333	161,25	645,25
Guía turístico 2	484,00	40,33	26,62	53,97	40,333333	161,25	645,25
Guía turístico 3	484,00	40,33	26,62	53,97	40,333333	161,25	645,25
Guía turístico 4	484,00	40,33	26,62	53,97	40,333333	161,25	645,25
Chofer 1	544,50	45,38	26,62	60,71	45,375	178,08	722,58
Chofer 2	544,50	45,38	26,62	60,71	45,375	178,08	722,58
Chofer 3	544,50	45,38	26,62	60,71	45,375	178,08	722,58
Chofer 4	544,50	45,38	26,62	60,71	45,375	178,08	722,58
Total Sueldo Básico	4114,00					Total Sueldo Mensual	5.471,34
						Total Sueldo Anual	\$ 65.656,05

Proyección Sueldos Mano de Obra Directa – Año 2015
(cifras en dólares)

CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS				Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Aporte patronal	Fondos Reserva		
Guía turístico 1	532,40	44,37	29,28	59,36	44,37	177,38	709,78
Guía turístico 2	532,40	44,37	29,28	59,36	44,37	177,38	709,78
Guía turístico 3	532,40	44,37	29,28	59,36	44,37	177,38	709,78
Guía turístico 4	532,40	44,37	29,28	59,36	44,37	177,38	709,78
Chofer 1	598,95	49,91	29,28	66,78	49,91	195,89	794,84
Chofer 2	598,95	49,91	29,28	66,78	49,91	195,89	794,84
Chofer 3	598,95	49,91	29,28	66,78	49,91	195,89	794,84
Chofer 4	598,95	49,91	29,28	66,78	49,91	195,89	794,84
Total Sueldo Básico	4525,40					Total Sueldo Mensual	6.018,47
						Total Sueldo Anual	\$ 72.221,66

Proyección Sueldos Mano de Obra Directa – Año 2016
(en dólares)

CARGO	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS				Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
		13ro	14to	Aporte patronal	Fondos Reserva		
Guía turístico 1	585,64	48,80	32,21	65,30	48,803333	195,12	780,76
Guía turístico 2	585,64	48,80	32,21	65,30	48,803333	195,12	780,76
Guía turístico 3	585,64	48,80	32,21	65,30	48,803333	195,12	780,76
Guía turístico 4	585,64	48,80	32,21	65,30	48,803333	195,12	780,76
Chofer 1	658,85	54,90	32,21	73,46	54,90375	215,48	874,32
Chofer 2	658,85	54,90	32,21	73,46	54,90375	215,48	874,32
Chofer 3	658,85	54,90	32,21	73,46	54,90375	215,48	874,32
Chofer 4	658,85	54,90	32,21	73,46	54,90375	215,48	874,32
Total Sueldo Básico	4977,94					Total Sueldo Mensual	6.620,32
						Total Sueldo Anual	\$ 79.443,82

Elaborado por: La autora

PROYECCIONES DE MANO DE OBRA INDIRECTA

2013 – 2016

Proyección Mano de Obra Indirecta - Año 2013

(cifras en dólares)

CARGO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS				Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Aporte patronal	Fondos de Reserva		
Vendedor 1	Tráfico	385,00	32,08	24,20	42,93	32,08	131,29	516,29
Vendedor 2	Tráfico	385,00	32,08	24,20	42,93	32,08	131,29	516,29
Contadora	Tráfico	275,00	22,92	24,20	30,66	22,92	100,70	375,70
Gerente	Tráfico	660,00	55,00	24,20	73,59	55,00	207,79	867,79
Total Sueldo básico		1705,00					Total Sueldo Mensual	2.276,07
							Total Sueldo Anual	\$ 27.312,89

Proyección Mano de Obra Indirecta – Año 2014
(cifras en dólares)

CARGO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS				Total Beneficios	Total sueldo más beneficios
			13ro	14to	Aporte patronal	Fondos de Reserva		
Vendedor 1	Tráfico	423,50	35,29	26,62	47,22	35,29	144,42	567,92
Vendedor 2	Tráfico	423,50	35,29	26,62	47,22	35,29	144,42	567,92
Contadora	Tráfico	302,50	25,21	26,62	33,73	25,21	110,77	413,27
Gerente	Tráfico	726,00	60,50	26,62	80,95	60,50	228,57	954,57
Total Sueldo básico		1875,50					Total Sueldo Mensual	2.503,68
							Total Sueldo Anual	\$ 30.044,18

Proyección Mano de Obra Indirecta - Año 2015
(cifras en dólares)

CARGO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS				Total Beneficios	Total sueldo más beneficios	
			13ro	14to	Aporte patronal	Fondos de Reserva			
Vendedor 1	Tráfico	465,85	38,82	29,28	51,94	38,82	158,87	624,72	
Vendedor 2	Tráfico	465,85	38,82	29,28	51,94	38,82	158,87	624,72	
Contadora	Tráfico	332,75	27,73	29,28	37,10	27,73	121,84	454,59	
Gerente	Tráfico	798,60	66,55	29,28	89,04	66,55	251,43	1.050,03	
Total Sueldo básico		2063,05					Total Sueldo Mensual	2.754,05	
							Total Sueldo Anual	\$ 33.048,60	

Proyección Mano de Obra Indirecta - Año 2016
(cifras en dólares)

CARGO	UNIDAD ADMINISTRATIVA	SUELDO BÁSICO	BENEFICIOS				Total Beneficios	Total sueldo más beneficios	
			13ro	14to	Aporte patronal	Fondos de Reserva			
Vendedor 1	Tráfico	512,44	42,70	32,21	57,14	42,70	174,75	687,19	
Vendedor 2	Tráfico	512,44	42,70	32,21	57,14	42,70	174,75	687,19	
Contadora	Tráfico	366,03	30,50	32,21	40,81	30,50	134,03	500,05	
Gerente	Tráfico	878,46	73,21	32,21	97,95	73,21	276,57	1.155,03	
Total Sueldo básico		2269,36					Total Sueldo Mensual	3.029,45	
							Total Sueldo Anual	\$ 36.353,46	

Elaborado por: La autora