

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA ESTATAL DEL CARCHI



FACULTAD DE INDUSTRIAS AGROPECUARIAS Y CIENCIAS AMBIENTALES

ESCUELA DE TURISMO Y ECOTURISMO

“La operadora turística en el Carchi y el diseño de paquetes turísticos.”

Tesis de grado previa la obtención del título de
Ingeniero en Turismo y Ecoturismo

AUTOR: Jorge Luis Urbano Portilla

ASESOR: Enríquez César Dr.

TULCÁN - ECUADOR

AÑO: 2015

CERTIFICADO.

Certifico que el estudiante Jorge Luis Urbano Portilla con el número de cédula 0401520788 ha elaborado bajo mi dirección la sustentación de grado titulada: “La operadora turística en el Carchi y el diseño de paquetes turísticos”.

Este trabajo se sujeta a las normas y metodología dispuesta en el reglamento de Grado del Título a obtener, por lo tanto, autorizo la presentación de la sustentación para la calificación respectiva.



Dr. César Enríquez

Tulcán, Agosto de 2015

AUTORÍA DE TRABAJO.

La presente tesis constituye requisito previo para la obtención del título de Ingeniero en Turismo y Ecoturismo de la Facultad de Industrias Agropecuarias Y Ciencias Ambientales

Yo, Jorge Luis Urbano Portilla con cédula de identidad número 0401520788 declaro: que la investigación es absolutamente original, auténtica, personal y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad.



.....
Jorge Luis Urbano Portilla

Tulcán, Agosto de 2015

ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.

Yo Jorge Luis Urbano Portilla, declaro ser autor del presente trabajo y eximo expresamente a la Universidad Politécnica Estatal del Carchi y a sus representantes legales de posibles reclamos o acciones legales.

Adicionalmente declaro conocer y aceptar la resolución del Consejo de Investigación de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi de fecha 21 de junio del 2012 que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través o con el apoyo financiero, académico o institucional de la Universidad”.

Tulcán, Julio de 2015

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'JORGE URBANO', enclosed within a large, loopy oval shape. There are several horizontal strokes below the signature.

Jorge Luis Urbano Portilla
CI 0401520788

AGRADECIMIENTO.

Agradezco a Dios, por ser el quien dirige mis pasos y porque sé que sin él nada es posible;

A mi familia y en especial a mis padres; Jaime y Aura y a mis hermanas Vannesa y Pamela, quienes me ayudaron en cada etapa en la que me encontraba a lo largo de mi vida universitaria;

A la Universidad Politécnica Estatal del Carchi, por haberme permitido cumplir con una etapa más de mi vida;

A mi tutor el Dr. César Enríquez, por ser más que un docente, un amigo, que compartió conmigo muchas enseñanzas y me guió en el desarrollo de la tesis.

Y finalmente a todos mis compañeros y amigos que estuvieron dándome palabras de aliento, que sin duda alguna me motivó a superarme y ser cada día una mejor persona.

DEDICATORIA.

A MI ABUELITA

Quien ha sido la que me supo inculcar principios y valores necesarios para mi formación integral.

Además de ser mi principal motivación para salir adelante y superarme cada día más.

A MI FAMILIA

Por haberme brindado todo ese apoyo moral, e incondicional y darme las fuerzas necesarias para superar cada obstáculo que día a día se presentó.

Por todo ese cariño y afecto, a ellos, dedico este trabajo.

Contenido

CERTIFICADO.....	i
AUTORÍA DE TRABAJO.	ii
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TESIS DE GRADO.	iii
AGRADECIMIENTO.	iv
DEDICATORIA.	v
ÍNDICE DE TABLAS.....	viii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xiii
RESUMEN EJECUTIVO.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	xvii
I. EL PROBLEMA.....	- 1 -
1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	- 1 -
1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.	- 2 -
1.3. DELIMITACIÓN.	- 2 -
1.4. JUSTIFICACIÓN.....	- 2 -
1.5. OBJETIVOS.	- 4 -
1.5.1 Objetivo General.....	- 4 -
1.5.2 Objetivos Específicos.....	- 4 -
II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.	- 5 -
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.....	- 5 -
2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.	- 11 -
2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.	- 13 -
2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.....	- 14 -
2.4.1. Paquetes turísticos.-	- 15 -
2.4.2. Operadora turística.-	- 19 -
2.5. VOCABULARIO TÉCNICO	- 36 -
2.6. HIPÓTESIS	- 38 -
2.6.1 Sistema Chi ²	- 38 -
2.6.2. Sistema Z de proporciones	- 39 -
2.7. VARIABLES.	- 39 -
III. METODOLOGÍA.	- 40 -
3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.....	- 40 -
3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.....	- 40 -

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.	- 41 -
3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.	- 43 -
3.4.1 PAQUETE TURÍSTICO	- 43 -
3.4.2 OPERADORA TURÍSTICA	- 44 -
3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.....	- 45 -
3.5.1. PLANES DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	- 45 -
3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DEL CARCHI.....	- 46 -
3.7. ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE LA OPERADORA TURÍSTICA.....	- 57 -
3.7.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO.....	- 57 -
3.7.2. EL ÁREA DEL MERCADO	- 57 -
3.7.3. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA	- 58 -
3.7.4. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA	- 61 -
3.8. Prueba de hipótesis.....	- 62 -
IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	- 68 -
4.1. CONCLUSIONES.....	- 68 -
4.2. RECOMENDACIONES.....	- 69 -
V. PROPUESTA.	- 70 -
5.1. TÍTULO.....	- 70 -
5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.	- 70 -
5.3. JUSTIFICACIÓN.	- 71 -
5.4. OBJETIVOS.	- 72 -
5.4.1. Objetivo General	- 72 -
5.4.2. Objetivos Específicos.....	- 72 -
5.5. FUNDAMENTACIÓN.....	- 72 -
5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.....	- 74 -
5.8. ESTUDIO FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE LA OPERADORA TURÍSTICA	- 156 -
VI. BIBLIOGRAFÍA.....	- 167 -
VII. ANEXOS.....	- 170 -

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Delimitación.	- 2 -
Tabla 2: Operacionalización de variables paquete turístico.....	- 43 -
Tabla 3: Operacionalización de variables operadora turística	- 44 -
Tabla 4: Plan de Recolección de Información.....	- 45 -
Tabla 5: Importancia de los servicios de un paquete turístico.	- 46 -
Tabla 6: Disponibilidad de Tiempo.....	- 47 -
Tabla 7: Precio de transporte diario por persona.....	- 48 -
Tabla 8: Precio del servicio de alimentación por persona.....	- 49 -
Tabla 9: Precio del servicio de alojamiento por noche.....	- 50 -
Tabla 10: Preferencia de servicios complementarios.....	- 51 -
Tabla 11: Elaboración, organización, operación y venta de paquetes turísticos.	- 52 -
Tabla 12: Tipo de turismo en el Ecuador	- 53 -
Tabla 13: Tipo de turismo en el Carchi	- 54 -
Tabla 14: Necesidad de una operadora turística en el Carchi	- 55 -
Tabla 15: Ubicación de una operadora turística	- 56 -
Tabla 16: Contingente actual y tasa de crecimiento	- 57 -
Tabla 17: Ingresos.	- 58 -
Tabla 18: Turismo interno año 2013.	- 59 -
Tabla 19: Turismo interno año 2014.	- 59 -
Tabla 20: Estimación de la demanda actual.	- 60 -
Tabla 21: Proyección de la demanda.....	- 61 -
Tabla 22: Agencias de viajes en la provincia del Carchi.	- 62 -
Tabla 23: Frecuencias obtenidas	- 65 -
Tabla 24: Frecuencias esperadas.....	- 65 -
Tabla 25: Aplicación de la fórmula	- 65 -
Tabla 26: Macro localización.....	- 75 -
Tabla 27: Funciones Gerente	- 79 -
Tabla 28: Funciones Contador.....	- 80 -
Tabla 29: Funciones Agente de Ventas	- 81 -

Tabla 30: Funciones Programador.....	- 81 -
Tabla 31: Funciones Guía turístico	- 82 -
Tabla 32: Estrategias de servicio	- 84 -
Tabla 33: Paquetes turísticos para la provincia del Carchi.	- 85 -
Tabla 34: Paquetes turísticos a nivel nacional.	- 85 -
Tabla 35: Estrategias de precio	- 86 -
Tabla 36: Estrategias de promoción.	- 87 -
Tabla 37: Costo tabla LUAF	- 90 -
Tabla 38: Cuadro de distancias paquete 1	- 91 -
Tabla 39: Datos técnicos paquete 1- Día 1	- 92 -
Tabla 40: Datos técnicos paquete 1- Día 2.....	- 92 -
Tabla 41: Simbología vial paquete 1	- 92 -
Tabla 42: Simbología turística paquete 1.....	- 92 -
Tabla 43: Inventario vial paquete 1	- 93 -
Tabla 44: Diseño del circuito paquete 1	- 94 -
Tabla 45: Costos paquete 1	- 95 -
Tabla 46: Cuadro de distancias paquete 2	- 96 -
Tabla 47: Datos técnicos paquete 2 - día 1	- 97 -
Tabla 48: Datos técnicos paquete 2 - día 2	- 97 -
Tabla 49: Simbología vial paquete 2.....	- 97 -
Tabla 50: Simbología turística paquete 2.....	- 97 -
Tabla 51: Inventario vial paquete 2.....	- 98 -
Tabla 52: Diseño del circuito paquete 2.....	- 99 -
Tabla 53: Costos paquete 2.....	- 100 -
Tabla 54: Cuadro de distancias paquete 3	- 101 -
Tabla 55: Datos técnicos paquete 3 - día 1	- 101 -
Tabla 56: Datos técnicos paquete 3 - día 2	- 102 -
Tabla 57: Simbología vial paquete 3.....	- 102 -
Tabla 58: Simbología turística paquete 3.....	- 102 -
Tabla 59: Inventario vial paquete 3	- 103 -
Tabla 60: Diseño del circuito paquete 3.....	- 103 -
Tabla 61: Costos paquete 3.....	- 104 -
Tabla 62: Cuadro de distancias paquete 4	- 106 -

Tabla 63: Datos técnicos paquete 4- día 1	- 106 -
Tabla 64: Datos técnicos paquete 4 - día 2	- 107 -
Tabla 65: Datos técnicos paquete 4 - día 3	- 107 -
Tabla 66: Simbología vial paquete 4.....	- 107 -
Tabla 67: Simbología turística paquete 4.....	- 107 -
Tabla 68: Inventario vial paquete 4.....	- 108 -
Tabla 69: Diseño del circuito paquete 4.....	- 109 -
Tabla 70: Costos paquete 4.....	- 111 -
Tabla 71: Cuadro de distancias paquete 5	- 112 -
Tabla 72: Datos técnicos paquete 5 - día 1	- 113 -
Tabla 73: Datos técnicos paquete 5 - día 2	- 113 -
Tabla 74: Datos técnicos paquete 5 - día 3	- 113 -
Tabla 75: Datos técnicos paquete 5 - día 4	- 113 -
Tabla 76: Datos técnicos paquete 5 - día 5	- 113 -
Tabla 77: Simbología vial paquete 5.....	- 114 -
Tabla 78: Simbología turística paquete 5.....	- 114 -
Tabla 79: Inventario vial paquete 5.....	- 115 -
Tabla 80: Diseño del circuito paquete 5.....	- 116 -
Tabla 81: Costos paquete 5.....	- 119 -
Tabla 82: Cuadro de distancias paquete 6	- 120 -
Tabla 83: Datos técnicos paquete 6 - día 1	- 121 -
Tabla 84: Datos técnicos paquete 6 - día 2	- 121 -
Tabla 85: Datos técnicos paquete 6 - día 3	- 121 -
Tabla 86: Simbología vial paquete 6.....	- 121 -
Tabla 87: Simbología Turística paquete 6	- 121 -
Tabla 88: Inventario vial paquete 6.....	- 122 -
Tabla 89: Diseño del circuito paquete 6.....	- 123 -
Tabla 90: Costos paquete 6.....	- 124 -
Tabla 91: Cuadro de distancias paquete 7	- 126 -
Tabla 92: Datos técnicos paquete 7- día 1	- 126 -
Tabla 93: Datos técnicos paquete 7 - día 2	- 127 -
Tabla 94: Datos técnicos paquete 7 - día 3	- 127 -
Tabla 95: Simbología vial paquete 7.....	- 127 -

Tabla 96: Simbología turística paquete 7.....	- 127 -
Tabla 97: Inventario vial paquete 7.....	- 128 -
Tabla 98: Diseño del circuito paquete 7.....	- 129 -
Tabla 99: Costos paquete 7.....	- 131 -
Tabla 100: Cuadro de distancias paquete 8	- 133 -
Tabla 101: Datos técnicos paquete 8 - día 1	- 133 -
Tabla 102: Datos técnicos paquete 8 - día 2	- 133 -
Tabla 103: Simbología vial paquete 8.....	- 133 -
Tabla 104: Simbología turística paquete 8.....	- 133 -
Tabla 105: Inventario vial paquete 8	- 134 -
Tabla 106: Diseño del circuito paquete 8.....	- 135 -
Tabla 107: Costos paquete 8.....	- 136 -
Tabla 108: Cuadro de distancias paquete 9	- 137 -
Tabla 109: Datos técnicos paquete 9.....	- 137 -
Tabla 110: Simbología vial paquete 9.....	- 138 -
Tabla 111: Simbología turística paquete 9.....	- 138 -
Tabla 112: Inventario vial paquete 9	- 138 -
Tabla 113: Diseño del circuito paquete 9.....	- 139 -
Tabla 114: Costos paquete 9.....	- 140 -
Tabla 115: Cuadro de distancias paquete 10	- 141 -
Tabla 116: Datos técnicos paquete 10 – día 1.....	- 141 -
Tabla 117: Datos técnicos paquete 10 - día 2	- 142 -
Tabla 118: Simbología vial paquete 10.....	- 142 -
Tabla 119: Simbología turística paquete 10.....	- 142 -
Tabla 120: Inventario vial paquete 10	- 143 -
Tabla 121: Diseño del circuito paquete 10.....	- 144 -
Tabla 122: Costos paquete 10.....	- 145 -
Tabla 123: Cuadro de distancias paquete 11	- 147 -
Tabla 124: Datos técnicos paquete 11 - día 1	- 147 -
Tabla 125: Datos técnicos paquete 11 - día 2	- 147 -
Tabla 126: Datos técnicos paquete 11 - día 3	- 147 -
Tabla 127: Simbología vial paquete 11.....	- 147 -
Tabla 128: Simbología turística paquete 11.....	- 148 -

Tabla 129: Inventario vial paquete 11	- 149 -
Tabla 130: Diseño del circuito paquete 11	- 149 -
Tabla 131: Costos paquete 11	- 151 -
Tabla 132: Cuadro de distancias paquete 12	- 152 -
Tabla 133: Datos técnicos paquete 12 - día 1	- 152 -
Tabla 134: Datos técnicos paquete 12 - día 1	- 152 -
Tabla 135: Simbología vial paquete 12.....	- 153 -
Tabla 136: Simbología turística paquete 12.....	- 153 -
Tabla 137: Inventario vial paquete 12	- 154 -
Tabla 138: Diseño del circuito paquete 12.....	- 154 -
Tabla 139: Costos paquete 12.....	- 155 -
Tabla 140: Activos Fijos.....	- 156 -
Tabla 141: Activos diferidos.....	- 157 -
Tabla 142: Costos de producción	- 157 -
Tabla 143: Gastos administrativos.....	- 158 -
Tabla 144: Capital de trabajo	- 158 -
Tabla 145: Demanda por paquete turístico.....	- 159 -
Tabla 146: Proyección de ventas para el primer año.....	- 159 -
Tabla 147: Proyección de ventas a 5 años	- 160 -
Tabla 148: Proyección de compras.....	- 160 -
Tabla 149: Presupuesto de gastos	- 162 -
Tabla 150: Presupuesto de inversiones.....	- 163 -
Tabla 151: Estado de resultados proyectado.....	- 163 -
Tabla 152: Flujo de caja proyectado	- 164 -
Tabla 153: Flujo de efectivo neto	- 165 -
Tabla 154: Calculo del TIR y VAN	- 165 -
Tabla 155: Número de encuestas por cantón	- 170 -
Tabla 156: Depreciación muebles y enseres	- 176 -
Tabla 157: Depreciación equipos de oficina	- 177 -
Tabla 158: Depreciación equipos de cómputo	- 178 -
Tabla 159: Amortización gastos de constitución	- 178 -
Tabla 160: Rol de pagos Año 1	- 179 -
Tabla 161: Rol de pagos Año 2.....	- 179 -

Tabla 162: Rol de pagos Año 3.....	- 180 -
Tabla 163: Rol de pagos Año 4.....	- 180 -
Tabla 164: Rol de pagos Año 5.....	- 181 -

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Población y Muestra	- 41 -
Ilustración 2: Orden de Importancia	- 46 -
Ilustración 3: Disponibilidad de Tiempo	- 47 -
Ilustración 4: Precio de transporte diario por persona.....	- 48 -
Ilustración 5: Precio del servicio de alimentación por persona	- 49 -
Ilustración 6: Precio del servicio de alojamiento por noche	- 50 -
Ilustración 7: Preferencia de servicios complementarios	- 51 -
Ilustración 8: Elaboración, organización, operación y venta de paquetes turísticos.	- 52 -
Ilustración 9: Tipo de turismo en el Ecuador.....	- 53 -
Ilustración 10: Tipo de turismo en el Carchi.....	- 54 -
Ilustración 11: Necesidad de una operadora turística en el Carchi.....	- 55 -
Ilustración 12: Ubicación de una operadora turística	- 56 -
Ilustración 13: Zona de rechazo de la hipótesis nula.	- 64 -
Ilustración 14: Zona de rechazo de la hipótesis nula	- 64 -
Ilustración 15: Zona de rechazo de la hipótesis nula.	- 66 -
Ilustración 16: Logotipo Operadora.....	- 76 -
Ilustración 17: Organigrama funcional.	- 79 -
Ilustración 18: Diagrama de procesos.....	- 83 -
Ilustración 19: Distribución física de la oficina.....	- 84 -
Ilustración 20: Proceso constitución empresa.....	- 88 -
Ilustración 21: Proceso registro de la Operadora en el MINTUR	- 89 -
Ilustración 22: Diseño de la ruta paquete 1	- 91 -
Ilustración 23: Diseño de la ruta paquete 2.....	- 96 -
Ilustración 24: Diseño de la ruta paquete 3.....	- 101 -
Ilustración 25: Diseño de la ruta paquete 4.....	- 106 -
Ilustración 26: Diseño de la ruta paquete 5.....	- 112 -

Ilustración 27: Diseño de la ruta paquete 6.....	- 120 -
Ilustración 28: Diseño de la ruta paquete 7.....	- 126 -
Ilustración 29: Diseño de la ruta paquete 8.....	- 132 -
Ilustración 30: Diseño de la ruta paquete 9.....	- 137 -
Ilustración 31: Diseño de la ruta paquete 10.....	- 141 -
Ilustración 32: Diseño de la ruta paquete 11.....	- 146 -
Ilustración 33: Diseño de la ruta paquete 12.....	- 152 -

RESUMEN EJECUTIVO.

El tema de investigación “La operadora turística en el Carchi y el diseño de paquetes turísticos” surgió de la problemática que vive la población de la provincia del Carchi, misma que realiza turismo interno, organizando viajes por su propia cuenta, es decir, que hay ausencia de empresas dedicadas a la organización de viajes a través de la venta de paquetes turísticos; por lo tanto el propósito de esta investigación fue identificar que paquetes turísticos permitirán la creación de una operadora turística en la provincia del Carchi, utilizando la investigación documental, de campo y descriptiva en donde inicialmente se estableció la población quien fue considerada como sujeto de investigación, a la misma que se le aplicó la encuesta, con la que se logró determinar las preferencias de la población para diseñar los paquetes turísticos demandados por los turistas para la creación de la operadora turística. Fue así que se obtuvo los datos que sirvieron para la elaboración de la propuesta, que consistió en estructurar la operadora turística y diseñar los paquetes turísticos. De tal manera que la población pueda tener beneficios de los servicios que ofertaría la operadora.

ABSTRACT.

The research topic "The touristic operator in Carchi and the design of touristic packages", arose from the problematic that lives the population of Carchi province, the same that performs internal tourism, by its own, that is to say, there is absence of companies dedicated to the organization of trips through the sale of touristic packages; therefore, the aim of this research was to identify what touristic packages, are going to allow the creation of a touristic operator in the province of Carchi, using documentary, field and descriptive research, where initially it was established the population that was as a subject of investigation, a survey was applied, which allowed to determine the preferences of the population, for the design of touristic packages demanded by tourists for the creation of the touristic operator. In that way, data was obtained which helped with the development of a proposal that consisted in making the structure of the touristic operator and design the touristic packages, in such way the population can get benefits with the services that the operator would offer.

INTRODUCCIÓN

El Ecuador al igual que la provincia del Carchi, están considerados como un destino turístico muy rico en atractivos naturales y culturales, los mismos que despiertan un gran interés al turista por conocer cada uno de los parajes más hermosos que se encuentran en este territorio. De tal manera que esto genera un desplazamiento importante de turistas en el territorio local y nacional, por lo que de alguna manera hay que aprovecharlo, mediante la creación de una operadora turística que organice los viajes a toda esa población interesada en realizar turismo. Por lo tanto para poder identificar que paquetes turísticos permitirán la creación de la operadora turística, se desarrolló una investigación compuesta por cinco capítulos en los que se detalla el proceso ejecutado.

En el primer capítulo se planteó, formuló, delimitó y justificó el problema de estudio, seguidamente se planteó el objetivo general y los específicos de la investigación. En el segundo capítulo se planteó antecedentes investigativos y se realizó una fundamentación legal, filosófica y científica, y además se dejó planteado las hipótesis a comprobar.

En seguida en el capítulo tercero se especificó la metodología que se utilizó en la investigación, como la modalidad y tipo de investigación, la población y muestra, se realizó la operacionalización de variables; recolección de información, procesamiento, análisis e interpretación de los resultados y finalmente se probó las hipótesis. Con todos estos datos se realizaron las conclusiones y recomendaciones.

En correspondencia con todo lo anterior, en el capítulo quinto se instituyó la propuesta con todos los requerimientos necesarios para la creación de la operadora turística y se diseñó los paquetes turísticos con los que operará

I. EL PROBLEMA.

1.1. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

Para (Echeverría & Labanda, 2006), las operadoras turísticas son las que elaboran, organizan y venden directamente al usuario o a través de otros todo tipo de servicios turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

En cambio para Torre (2010) “los paquetes turísticos son el conjunto de servicios que incluye el alojamiento en combinación con otros elementos, como traslados, comidas, excursiones locales que puedan o no incluir el transporte global y que pueden adquirirse en una sola compra”. (pág. 129) Una vez elaborado el paquete, por el que las agencias de viajes reciben una comisión, se determina el precio y se pone a la venta en forma global.

En el Ecuador, de las 1.154 Agencias de viaje (Ministerio de Turismo, 2007), “el 80.2% están concentradas en 9 ciudades correspondiendo al 3.7% de las ciudades del Ecuador (9 de 246), donde resalta Quito con el 36.0% y Guayaquil con el 21.3%, en estas se concentra el 57.4%. Entonces la mayoría de agencias de viajes se encuentran acumuladas en los dos distritos metropolitanos del Ecuador”. (pág. 13)

A nivel provincial según los catastros del Ministerio de Turismo de las 1.154 agencias de viajes a nivel nacional, únicamente se encuentra registrada la operadora turística Citef Touring en la ciudad, la misma que su funcionamiento no es constante; desconociendo sus motivos. Es decir que la agencia operadora no cubre la demanda del turismo provincial, provocando que los turistas realicen sus viajes organizándolos a su manera, es decir, por su propia iniciativa y de manera empírica.

Ahora bien, si analizamos los datos que presenta el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos (INEC), “el 40% de los ecuatorianos realizan turismo interno; de los cuales, el 98,7% de los ecuatorianos que viajan no utilizan

paquetes turísticos para sus viajes, principalmente por no considerarlos necesarios”. (Villacís, 2010).

Tal como se aprecia en las estadísticas presentadas por el Ministerio de Turismo desde el Carchi hacia el resto del país de desplazan 18.845 personas, datos tomados desde enero a julio del 2013. Turistas que no cuentan con una operadora de turismo local lo que los obliga a armar sus propios viajes sin ninguna garantía.

Según la Carta del Turismo y Código del Turista vigente establecen que los turistas deberían beneficiarse de los mejores servicios que ofrezcan los gestores de los paquetes turísticos, es decir, cualquier tipo de agencias que oferten paquetes turísticos deben considerar lo que establece el código y carta del turista. Entonces Carchi al no contar con las agencias de viajes necesarias y los turistas al organizar sus propios paquetes no cuentan con ningún servicio garantizado, la aventura es su única garantía.

1.2. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

“¿Qué paquetes turísticos requiere el mercado para la creación de una operadora turística en la provincia del Carchi? “

1.3. DELIMITACIÓN.

Tabla 1: Delimitación.

Objeto	Paquetes turísticos
Sujeto	Operadora turística
Tiempo	Septiembre 2013 - Agosto 2014
Espacio	Provincia del Carchi – Ecuador
Personas	Población de la provincia del Carchi (PEA)

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

1.4. JUSTIFICACIÓN.

La importancia de este proyecto investigativo radica en que los turistas de la provincia del Carchi podrán contar con una operadora de turismo que les garantice los servicios ofertados en el paquete turístico. De esta manera

contribuir al descanso, esparcimiento y ocio que le garantiza la Constitución de la República del Ecuador.

Además esta investigación nos servirá para identificar cuáles son las preferencias y gustos por parte de los turistas de la provincia del Carchi, en cuanto a los paquetes turísticos se refiere y así contribuir al desarrollo social y del buen vivir de sus habitantes.

El impacto que esta investigación provocará es positiva socialmente hablando, porque los turistas contarán con los servicios ofertados en el paquete y se garantizarán el disfrute de su viaje ya sea por descanso, diversión u ocio.

Los beneficiarios directos de esta investigación serán los turistas ya que ellos contarán con los servicios que requieren para el goce del viaje, y tal vez, lo más importante es que alguien se preocupe de ellos y les garantice el cubrimiento de sus necesidades turísticas, mientras ellos disfrutan de los recursos turísticos que ofrece el Ecuador en sus diferentes regiones. Por otro lado, otros beneficiarios directos serán quienes laboren en la operadora turística.

Los beneficiarios indirectos serán todos los prestadores de servicios turísticos, en alimentación, alojamiento, transporte, guianza, recreación y servicios complementarios.

La investigación es factible económicamente, puesto que el presupuesto que esta investigación demanda, no implica mayores gastos o inversión para el investigador. Técnicamente es posible tomando en cuenta que el investigador tiene los conocimientos y las herramientas para la investigación y bibliográficamente es factible a causa que se dispone de documentación necesaria para el desarrollo de la presente investigación.

1.5. OBJETIVOS.

1.5.1 Objetivo General.

- Determinar los paquetes turísticos que permitan la creación de una operadora turística en la provincia del Carchi.

1.5.2 Objetivos Específicos.

- Fundamentar teóricamente las variables operadora turística y paquetes turísticos, para desarrollar la investigación.
- Identificar los paquetes turísticos que demandan los turistas de la provincia del Carchi para la creación de una operadora.
- Estructurar la operadora y paquetes turísticos requeridos por los usuarios en la provincia del Carchi,
- Evaluar la factibilidad técnica y financiera para la creación de la operadora turística en la provincia del Carchi.

II. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS.

TEMA

CREACIÓN DE UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA EN LA CIUDAD DE SAN GABRIEL.

OBJETIVO GENERAL

- Crear una agencia de viajes operadora en la ciudad de San Gabriel, cantón Montufar, provincia del Carchi, con la finalidad de captar el turismo receptivo y nacional.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Identificar el potencial turístico de la provincia del Carchi por medio de la investigación de campo y bibliográfica para elaborar paquetes turísticos de la zona.
- Determinar un nuevo mercado para la actividad turística de la provincia del Carchi, aprovechando la apertura de la zona fronteriza Ecuatoriana-Colombiana, para promocionar y comercializar los diferentes paquetes turísticos.
- Realizar el estudio económico-financiero del proyecto en base al estudio de mercado e indicadores económicos para conocer la factibilidad de la creación de la agencia de viajes operadora en la ciudad de San Gabriel.
- Determinar el impacto que tiene el proyecto en el mejoramiento del nivel de vida de los habitantes de la provincia.
- Diseñar un programa de promoción turística mediante la utilización de estrategias promocionales, adaptado a las características de los segmentos del mercado seleccionado.
- Dimensionar física, económica – financieramente el proyecto, basados en los resultados del estudio de mercado.

- Realizar un esquema de las actividades que se necesitan para operar, estableciendo sus costos y cantidades necesarias.

CONCLUSIONES:

- Los atractivos naturales y culturales de la provincia del Carchi, son de gran importancia junto a la belleza escénica de sus paisajes constituyen un gran motivo para visitar la ciudad de San Gabriel y sus alrededores.
- Es necesario la implementación de programas para difusión de atractivos naturales y culturales junto a nuevas expectativas de divertirse, nosotros le ofreceremos renta de la bicicleta o paseo a caballo.
- El estudio de mercado, basadas en las encuestas realizadas a turista de la población de San Gabriel muestran gran acogida por el proyecto.
- El análisis financiero, demostró que el proyecto es rentable, por tener una tasa interna de retorno del 81.17%, el valor actual neto de 615.004 y recuperaremos nuestra inversión después de 1 año.
- El estudio ambiental realizado muestra que la actividad de la agencia de viajes no causa impacto ambiental

AUTOR: María Gabriela Landázuri Martínez

AÑO: 2003

LOCALIZACIÓN: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL. QUITO
– ECUADOR (Landazuri, 2011)

TEMA

PROYECTO DE CREACIÓN DE LA OPERADORA DE TURISMO ADRENALINE TRAVEL EN LA CIUDAD DE QUITO DEDICADA A LOS DEPORTES DE AVENTURA.

OBJETIVO GENERAL

- Elaborar un proyecto de prefactibilidad para la creación de una operadora en la ciudad de Quito dedicada al turismo de aventura mediante el estudio de mercado para mejorar y crear nuevos productos que satisfagan a los turistas extranjeros.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Analizar la demanda a través de encuestas aplicadas al mercado potencial.
- Establecer la localización y funcionamiento del proyecto.
- Estructurar la organización, funciones y conformación del proyecto.
- Calcular las inversiones, ingresos y egresos del proyecto.
- Determinar la rentabilidad y los costos para el funcionamiento del proyecto.

CONCLUSIONES

- Después de haber concluido con el capítulo del estudio de mercado podemos mencionar que nuestro proyecto si es factible de realizarlo por la falta que existe en el mercado de empresas que presten el servicio de turismo de aventura en la provincia de Pichincha, teniendo un buen incremento a futuro de turistas hacia la provincia. Tomaremos en cuenta los siguientes puntos:
- Nuestra empresa se basará en ofertar productos tales como: Rafting, Kayak en los ríos Toachi y Blanco esto con el objetivo de no descuidar la demanda ya existente en el mercado, posteriormente crearemos paquetes innovadores para desarrollar la actividad turística y económica en parroquias y lugares que aún no son explotados tales como: bosque protector Mojando ubicado en la parroquia de Atahualpa y también dar a conocer como nuevos hitos turísticos otros lugares que tienen atractivo turístico netamente cultural, los cuales han descuidado su entorno paisajístico y de aventura.

- Dentro de nuestra propuesta también está en donar a nuestro servicio el costo de seguro contra accidentes esto contrapuesto al seguro de vida porque en su gran mayoría los turistas que ingresan al país ya cuentan con su seguro de vida de su país de origen.
- El costo adicional será netamente de medicina básica y hospitalización en caso de accidente.
- Con los resultados obtenidos podemos observar que el 100% de empresas y turistas buscan su información de viajero por medio del internet es por esta razón que Adrenaline Travel tiene como objetivo principal promocionarse por el medio anteriormente especificado, el contacto directo con nuestros clientes se realizará por medio de ferias internacionales, y dentro de nuestras en Quito.
- Hemos visto dentro de nuestras encuestas que un porcentaje de los turistas vienen a nuestro país para aprender español lo cual nos muestra que poseemos un nicho de demanda en estos centros educativos, razón por la cual buscaremos como centro de apoyo de ventas a la Escuela de Español Rumiñahui.

AUTOR: Patricia Carrión Bonilla y Stalin Viteri Pérez

AÑO: 2004 - 2005

LOCALIZACIÓN: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL. QUITO
– ECUADOR (Carrión & Viteri, 2005)

TEMA

PROYECTO PARA LA CREACIÓN DE UNA AGENCIA OPERADORA DE SERVICIOS TURÍSTICOS DIRIGIDOS A LA POBLACIÓN ESTUDIANTIL DEL DISTRITO METROPOLITANO

OBJETIVO GENERAL

- Presentar un proyecto para la creación de una agencia operadora de servicios turísticos dirigidos a la población estudiantil del Distrito Metropolitano de Quito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Realizar un estudio de mercado para determinar las características de la demanda y de la competencia para elaborar un plan de mercadeo que permita la introducción en el mercado.
- Efectuar un estudio técnico para establecer las características físicas del proyecto.
- Desarrollar un estudio administrativo eficiente y determinar los requisitos legales para la constitución y operación de la agencia.
- Establecer la inversión requerida, su financiamiento y la factibilidad económica del proyecto.
- Determinar los impactos ambientales que puede generar el proyecto y sus medidas de mitigación.

CONCLUSIONES

- El Turismo y la educación son dos actividades que se complementan ampliamente y permiten la organización de actividades que junten estos dos aspectos.
- No existe ningún establecimiento de servicios turísticos - educativos dentro de la provincia de Pichincha.
- Mediante el estudio de mercado se determinó la aceptación del proyecto por parte de la demanda potencial, también se pudo comprobar las exigencias del mismo según sus necesidades.
- El mercado objetivo del proyecto es muy amplio y sobrepasa la capacidad del proyecto.
- Los precios ofertados por los productos o paquetes son accesibles para el mercado objetivo del proyecto y fueron establecidos mediante un costeo técnico y real, dando como resultado: Paquete N° 1; **10,30**

USD, Paquete N° 2; **11,60 USD**, Paquete N° 3; **11,10 USD**, y Paquete N° 4; **10,80 USD**.

- La demanda potencial determinada en este estudio justifica la creación de una operadora turística dedicada a la comercialización de productos y servicios turísticos destinados al mercado estudiantil del DM de Quito.
- Según los datos arrojados por el estudio la empresa y las actividades que ofrecería tendrían una demanda considerable y gran potencial para generar rentabilidad.
- Se determinó como punto de equilibrio la cantidad de **182.662,82 USD** y **4784 Paquetes**.
- En el análisis económico se determinó que el proyecto si es rentable, con una tasa interna de retorno del 19%.
- El valor actual neto del proyecto es positivo y asciende a 46.566,60.
- El período de recuperación de la inversión está dentro de un tiempo considerable a corto plazo (5,26 años).
- El impacto ambiental del proyecto es bajo, y se maneja conjuntamente con los socios estratégicos del proyecto, es decir que los impactos son mitigados mutuamente y basados en los parámetros de operación de los sitios que se visitará.

AUTOR: Marco Vinicio Bedoya Freire

AÑO: 2005

LOCALIZACIÓN: UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA EQUINOCCIAL. QUITO
– ECUADOR (Bedoya M. V., 2005)

2.2. FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

Para la presente investigación se ha considerado los siguientes aspectos legales:

2.2.1.- De la Constitución de la República del Ecuador.

Título VII

RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Sección Primera

Educación

El **Art. 350** establece que:

El sistema de educación superior tiene como finalidad la formación académica y profesional con visión científica y humanista; la investigación científica y tecnológica; la innovación, promoción, desarrollo y difusión de los saberes y las culturas; la construcción de soluciones para los problemas del país, en relación con los objetivos del régimen de desarrollo. (Asamblea Constituyente, 2008, pág. 104)

Por lo tanto este artículo me respalda al momento de realizar la presente investigación, considerando que es una finalidad de la educación realizar investigación científica; como una herramienta para el desarrollo de una localidad y de la misma manera aporta con el propósito de dar solución a los problemas del entorno, en este caso de la provincia del Carchi.

TÍTULO VI

RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo primero

Principios generales

El **Art. 278** dice que “para la consecución del buen vivir, a las personas y a las colectividades, y sus diversas formas organizativas, les corresponde” según el literal 2. “Producir, intercambiar y consumir bienes y servicios con responsabilidad social y ambiental.” (Asamblea Constituyente, 2008, pág. 85)

El presente artículo, nos hace énfasis en la producción e intercambio de servicios, considerando que el tema a investigar se relaciona con los paquetes turísticos y las agencias de viajes que forman parte de los mismos, fundamentando así que es factible la investigación sobre los temas ya mencionados.

2.2.2.- De la Ley de Turismo.

El **Art. 3** establece que “Son principios de la actividad turística, los siguientes: a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional.” (Ministerio de Turismo, 2002)

Tomando en cuenta que la investigación se trata de los paquetes turísticos y la agencia de viajes, El artículo declara que la inversión privada es un pilar fundamental, y que por ende genera empleo y aporta directamente también a las competencias del Ministerio de Turismo al colaborar en la promoción del turismo a nivel general.

El **Art. 4** establece que “La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos”. Según el literal g) que nos dice hay que “Fomentar e incentivar el turismo interno.” (pág. 2)

Por lo tanto la presente investigación apunta a generar servicios como son los paquetes turísticos por medio de la agencia de viajes, de tal forma que se está ayudando a dar cumplimiento al objetivo del presente artículo; haciendo que se fomente e incentive el turismo en la provincia del Carchi.

El **Art. 5** menciona que:

Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades: Según el literal d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento. (pág. 2)

Este artículo nos especifica las actividades turísticas, donde una de ellas es la operación; siendo esta una función y característica de las agencias de viajes, por lo tanto la Ley de Turismo a través de este artículo nos está permitiendo la creación de empresas dedicadas a la venta de servicios; para este caso paquetes turísticos.

2.2.3.- Del Plandetur 2020.

El objetivo general número 5 que dice “Incentivar el volumen del turismo interno dentro de las posibilidades socio-económicas del mercado, su evolución en el tiempo y abierta a todos los sectores de la población que ejerce el ocio como derecho.” (pág. 22)

Este objetivo del Plandetur 2020, al igual que el artículo 4 de la Ley de Turismo nos conlleva a impulsar el turismo interno, a más de considerar el ocio como un derecho de las personas, entonces con la presente investigación al tratarse de la generación de servicios que brindan una satisfacción en cuanto a ocio; se estará apuntando a dar cumplimiento con el objetivo antes mencionado.

2.3. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA.

Para el mejor entendimiento sobre lo filosófico se lo especificará en base a los siguientes aspectos:

2.3.1. Axiológico.-

La investigación genera conocimientos cada día, lo que trae muchas implicaciones y genera cambios en la vida de la sociedad, por lo que es importante cimentar y tener valores muy bien plasmados en cada una de las personas. Siendo uno de los más importantes la responsabilidad sin dejar a un lado la honradez y veracidad con la que se realiza la investigación, tomando en cuenta que toda investigación debe ser neutra.

2.3.2. Epistemológico.-

La investigación consiste en la permanente búsqueda de la verdad y al mismo tiempo apuntar al mejoramiento del intelecto humano, permitiendo generar nuevos aportes y conocimientos científicos.

Partiendo de teorías ya existentes, verificadas y comprobadas sobre las dos variables que en este caso son operadora turística y paquetes turísticos, para luego realizar cruces de resultados y verificar la influencia de la una variable con la otra.

2.3.3. Metodológico.-

Con fundamento en base a las dos variables, se podrá levantar información cualitativa y cuantitativa y a través de la aplicación de estadística ya sea descriptiva o inferencial se podrá obtener resultados que serán interpretados y analizados para poder sacar conclusiones que ayuden a proponer una solución al problema.

2.4. FUNDAMENTACIÓN CIENTÍFICA.

Para poder desarrollar la fundamentación científica se tomó en cuenta primeramente la conceptualización de las variables, para luego desglosar las características de las mismas.

2.4.1. Paquetes turísticos.-

“Es el conjunto de servicios que venden las agencias de viajes, a un cliente, en un precio dado, realizado en un solo acto de compra”. (Acerenza, 2010, pág. 24). Mientras que por otro lado para Chan (2011) un paquete turístico “es el conjunto de servicios prestados sobre la base de un itinerario organizado previamente, que es adquirido en forma de bloque a un precio único y global”. (pág. 17)

Tomando en cuenta que los dos autores destacan los servicios; entonces para la presente investigación se manejará que un paquete turístico es el conjunto de servicios en base a un itinerario que venden las agencias de viajes, a un cliente, en un precio dado, realizado en un solo acto de compra.

Entonces para poder elaborar un paquete turístico se debe tomar en cuenta los siguientes aspectos:

2.4.1.1 Servicios

Según Stanton, (2004) los servicios son considerados "como actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades" (pág. 1)

Ahora bien los servicios los podemos desglosar así:

2.4.1.1.1 Transporte

El transporte “Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación”. (Ministerio de Turismo, 2004, pág. 11)

Además entendemos por medio de transporte “al medio de locomoción utilizado para el traslado de personas o bienes de un punto de origen a otro destino.” (Cabarcos, 2011, pág. 94).

El servicio de transporte forma parte esencial al momento del armado de un paquete turístico, por lo que es importante conocer algunos aspectos a tomar en cuenta. Dentro de la clasificación del transporte, tenemos:

El transporte regular por carretera “es aquel que se realiza con una frecuencia y un itinerario prefijado de antemano y que dispone de autocares con muelles de carga y descarga de pasajeros en estaciones. Además posee oficinas propias para la venta y reserva de billetes.” (Cabarcos, 2011, pág. 114).

Existen dos tipos de líneas de transporte según (Cabarcos, 2011), “la línea regular; que dispone de un itinerario, horario y calendario fijo y la línea discrecional que consta de horario, itinerario y el calendario lo fija el cliente o en su caso la agencia de viajes”. (pág. 100)

La tarifa como la plantea Cabarcos (2011). “Es el precio fijado por el proveedor del servicio a cambio de trasladar a un pasajero y a su equipaje desde un punto de origen a otro de destino”. (pág. 102)

Estos serían los aspectos que para la presente investigación se tomarán en cuenta al momento de analizar el transporte.

Otro de los servicios que se incluye en un paquete turístico es:

2.4.1.1.2 Alojamiento

Para el Ministerio de Turismo (2004) alojamiento “Es el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje”. (pág. 11)

Mientras que para Cabarcos (2011), “Alojamiento turístico es aquel establecimiento que suministra el servicio de habitación de una forma habitual específica y profesional, en contraprestación de una tarifa y con la posibilidad de ampliar el servicio con la manutención”. (pág. 68)

Las modalidades de alojamiento turístico en base a la clasificación según el Ministerio de Turismo se estableces que son: hoteleros y extra hoteleros.

Donde los hoteleros comprenden los hoteles, hoteles residencias, hoteles apartamentos (Apart - Hoteles), hostales, hostales residencias, pensiones, moteles, hosterías, cabañas, refugios, paradores, albergues.

Considerando que los más utilizados son:

Hotel: “Aquel establecimiento que ocupa la totalidad o parte de un edificio, completamente independizada. Sus dependencias constituyen un todo homogéneo con entrada, ascensores y escaleras de uso exclusivo, que facilita al público tanto el servicio de alojamiento como de manutención”. (Cabarcos, 2011, pág. 68)

Hostal: “Son aquellos establecimientos que cuentan con las instalaciones y servicios exigidos como mínimo según sus categorías y que únicamente facilitan el servicio de alojamiento”. (pág. 70)

Pensión: “Es el establecimiento que incluido sus instalaciones y servicios y disponiendo no más de 12 habitaciones, facilita el alojamiento habitualmente”. (pág. 71)

Reservar: “Es la acción de guardar o restringir un determinado servicio turístico, en este caso específicamente una plaza de alojamiento”. (pág. 75)

El servicio de alojamiento juega un papel muy importante, para esto se debe considerar que existen algunas modalidades de alojamiento y además al momento de organizar un paquete turístico se debe tomar muy bien en cuenta como es el servicio que el cliente desea, y tratando de cumplir sus deseos y ofertando los mejores servicios.

2.4.1.1.3 Alimentación

“Se entiende por servicio de alimentación a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad

económica esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo”. (Miniterio de Turismo, 2004, pág. 11)

Además según la Ley de Turismo para el servicio de alimentación se toma en cuenta los restaurantes, cafeterías y bares.

El servicio de alimentación quizá considerado el más importante dentro de un viaje, es más flexible al momento de elaborar un paquete turístico, puesto que se debe considerar exactamente todas las necesidades que plantea el cliente.

Y finalmente se ha tomado un grupo de servicios extras que se deben tomar en cuenta en un paquete turístico.

2.4.1.1.4 Servicios Complementarios

Consiste en el conjunto de servicios extras que se incrementan al momento de la venta de un paquete turístico.

Seguro de viajes: “Su finalidad es brindar protección al viajero, ante cualquier riesgo de los especificados en el mismo”. (Gonzales, 2006, pág. 239)

Cambio de divisas: “Consiste en el servicio que la agencia le ofrece al cliente al momento de trasladarse hacia otro país donde no se utilice el mismo tipo de moneda”. (Ameigeiras, 2012, pág. 144).

Guianza: “Servicio mediante el cual se acompaña y asiste a los grupos turísticos brindando información relevante y detallada de cada uno de los atractivos que se visitan durante un recorrido”. (Gonzales, 2006, pág. 243).

Dentro de los servicios complementarios se han tomado en cuenta los más importantes, porque estos dependen mucho de las necesidades del turista y de sus exigencias al momento de desplazarse hacia algún lugar turístico.

Ahora iniciaremos conceptualizando la segunda variable:

2.4.2. Operadora turística.-

“Son las que elaboran, organizan, operan y venden directamente al usuario o a través de las agencias de viajes, paquetes turísticos dentro del territorio nacional o fuera del país”. (Echeverría & Labanda, 2006)

Esta variable desglosa algunas características que nos ayudan a entenderla de mejor manera:

2.4.2.1. *Elaboración*

Para describir el proceso de elaboración iniciaremos identificando algunas modalidades de paquetes.

a. Por su organización los paquetes pueden presentarse como:

Standard: Estos programas se ajustan a modelos o patrones únicos concebidos para el consumo masivo. El operador elabora un itinerario basándose, en la competencia y en estudios de mercado que le marcan las tendencias generales y las preferencias de los nichos o segmentos con los que trabaja habitualmente y de aquellos que desea incorporar como clientes. Generalmente este tipo de programas es un verdadero popurrí de atractivos, puesto que su objetivo es complacer a todo aquel que lo consume. Los usuarios pueden ser grupos preformados o individuales. (Chan N. , 2011, pág. 20)

Especiales: Los programas especiales, conocidos como elaborados sobre medida en Estados Unidos, son aquellos que, se producen de acuerdo a la solicitud del cliente, tomando en cuenta sus preferencias y necesidades particulares. En su elaboración participan el programador y el cliente por igual, y el programador tiene la responsabilidad de adecuar la oferta a los requerimientos del cliente. Este hecho parece simple. Sin embargo, no lo es, ya que se trata de adaptar una oferta rígida, conformada por atractivos y

servicios, a las necesidades y motivaciones sumamente dinámicas de una persona y su operatoria será del tipo eventual y el usuario puede ser tanto grupo como individuo. (pág. 20)

b. Por la modalidad del viaje escogida el paquete puede ser:

Viajes itinerantes: se denomina viaje itinerante a aquel cuyo circuito e itinerario contempla el pernocte en varios destinos sucesivos.

Viajes de estancia: Los viajes de estancia o de estadía, son aquellos en los cuales las pernoctaciones se realizan siempre en la misma localidad, s lo sumo se efectuarán excursiones a puntos cercanos, pero sin que ello involucre grandes y prolongados desplazamientos. (Chan N. , 2011, pág. 20;21)

c. Por su temática los paquetes pueden ser de tipo:

General: Cuando no abordan un tema determinado o puntual como único marco de referencia, sino que incluyen distintos aspectos relacionados con el centro o destino dando una visión global o panorámica del lugar.

Específica: Cuando abordan temas únicos, e incorporan en las visitas solo aquellos atractivos que se relacionan directamente con dichos temas. Como por ejemplo visitas históricas, arquitectónicas de aventura, etc. (pág. 21)

d. Los paquetes se asientan en programas distinguiéndose, en principio dos grandes tipos:

Programas locales: Se conocen popularmente con el nombre de excursiones. Son aquellos cuyos circuitos se diagraman dentro de los límites de un centro o localidad, entendiendo por centro turístico el espacio urbano donde se sitúan los servicios, los atractivos y el espacio rural inmediato en el que puedan emplazarse atractivos operados desde el centro. Dicho espacio se determina con cierta exactitud trazando un radio de influencia a partir del ejido urbano y tiene una longitud equivalente a la distancia que se puede

recorrer por los caminos existentes durante un lapso de dos horas en viaje de ida. (Chan N. , 2011, pág. 21)

La duración de estos programas oscila entre medio día y un día entero, de acuerdo con la magnitud del centro y la variedad de los atractivos a visitar. Al hablar de medio día nos referimos a un promedio de 2 a 3 horas de recorrido; cuando hablamos de día entero el promedio es de 7 a 8 horas de recorrido total: ida y vuelta al centro distribuidor. Los atractivos visitados o mostrados pueden ser tanto de sitio, como es el caso de museos, templos, monumentos, o de evento, ferias, fiestas, etc. (pág. 22)

Programas regionales: se conocen genéricamente como tour. Se pueden definir como: todo viaje pre arreglado a uno o más destinos turísticos, con regreso al punto de partida, cuya duración excede las veinticuatro horas. En cuanto a su extensión espacial, no hay límites prefijados. Su duración es medida por la cantidad de noches que efectivamente se pasa en establecimientos de alojamiento, con un mínimo de un pernocte. El traslado entre destinos puede ser por bus, por tren, aéreo o por barco. (pág. 22)

e. Por su formato operativo los paquetes presentan las siguientes opciones:

Regular: Este tipo de operación significa que se realiza de acuerdo a un calendario preestablecido, y que sus salidas están fijadas de antemano y generalmente son diagramadas por temporada. . (Chan N. , 2011, pág. 22)

Eventual: Significa que la salida del paquete o inicio del viaje queda sujeto a la voluntad del cliente y no a un calendario preconcebido. (pág. 22)

f. Según al usuario al que baja dirigido, el paquete puede producirse para atender:

Grupos: En este tipo de paquetes la operación estará sujeta a la conformación previa de un grupo, con un número mínimo de pasajeros establecidos según los criterios de la empresa operadora o según la

capacidad de los servicios incluidos o la capacidad de carga del patrimonio a visitar. (Chan N. , 2011, pág. 23)

Individuales: Los paquetes concebidos para individuales se operan sobre la base de la venta individual de plazas, es decir, por pasajero. No hay necesidad de conformar grupo alguno efectivizar la salida. (pág. 23)

El proceso de elaboración es el primer paso que realiza la operadora turística para la confección de un paquete turístico, tomando en cuenta todos los aspectos antes ya descritos. Además de la elaboración depende el resto del proceso, así que se debe realizar una buena elaboración del paquete para que todo se desarrolle de la mejor manera.

En todo viaje existen unas necesidades principales y otras secundarias. Nuestra labor profesional será identificarlas para poder satisfacerlas. Además es necesario hacer preguntas para poder centrarnos en lo que el cliente quiere de tal manera que adaptemos los mejores servicios y actividades al turista.

El segundo paso consiste en la:

2.4.2.2 Organización

Dentro del proceso de la organización de destacan los siguientes aspectos:

a. Armado de paquetes turísticos.

Armar un paquete es una tarea de ensamblaje de distintos servicios, que para el pasajero se materializan en un solo acto de compra y una sola prestación final. Sin embargo, en realidad se trata de poner en marcha un número predeterminado de prestaciones sucesivas o simultáneas, a partir de un determinado momento. La iniciación del viaje pone en funcionamiento una maquinaria donde cada servicio es una parte. Para elaborarlo se parte de un itinerario para luego seleccionar los prestadores involucrados en el

programa, cotizar y redactar el programa resuelto, materia prima del folleto. (pág. 127)

b. Confección del itinerario.

El circuito es la base o estructura para la confección de un itinerario. El itinerario debe consignar los centros base, todos los atractivos que se visitan o recorren en el programa, los servicios incluidos, los días y horas en que se desarrollarán las actividades previstas y toda otra información sobre lo ofrecido al usuario en dicho programa. Por ello se sintetiza que el IT (itinerario) es el detalle del programa efectuado a partir de un circuito. (pág. 127)

c. Estructuración del itinerario: Es en esta fase donde se otorga un ordenamiento secuencial y lógico a la prestación de los servicios, actividades y visitas a atractivos puntuales. Se determinarán los tiempos otorgados para los tramos en ruta, visitas y excursiones, paradas técnicas y tiempo libre diario.

1. **Tiempos en ruta:** Se toma la velocidad media constante del vehículo y se lo relaciona con la distancia entre dos puntos dada en kilómetros. A pesar de la diferencia y variedad de los diferentes tipos de vehículos, se puede tomar como base: en carreteras pavimentadas entre 80 y 100 Km/h, en carreteras no pavimentadas o accidentadas entre 60 y 80 Km/h y en rutas de montaña o sumamente difíciles entre 40 y 60 Km/h. En cada tramo (entendido como el recorrido entre dos centros de pernocte) se considera como duración máxima aceptable 8 horas de marcha, salvo que la geografía justifique tramos más extensos.

2. **Tiempos de visitas:** Dependerán del tipo de visita de que se trate. Si se incluyen visitas a elementos aislados de tipo urbano, tanto en espacios cerrados como abiertos, se considera una duración aproximada de 30 a 45 minutos como máximo. Si es una visita a un elemento aislado de tipo rural, como un parque nacional, por ejemplo, la duración podrá extenderse a 60 minutos. Si se trata de una visita a una localidad o parte de la misma, su duración será de 2 a 3 horas según la envergadura de la misma y según se realice con movilidad o a pie. Si se trata de excursiones de día entero, la

duración no excederá las 7 horas incluyendo el viaje de ida y regreso al centro de base.

3. **Tiempo libre:** Es el periodo de tiempo diario no comprometido en el consumo de actividades preestablecidas en el plan. Si bien no hay un criterio único, es conveniente calcular un medio día libre cada 2 o 3 días completos.
4. **Paradas técnicas:** Se las emplea como una forma de cortar el trayecto de marcha. Es el periodo de detención cuya duración varía entre 30 y 90 minutos de acuerdo con los servicios que se consuman en ese lapso.
5. **Fijación de horarios:** Una vez conocida la duración de la prestación de cada servicio y las actividades incluidas en el programa, se pueden fijar los horarios tentativos para su operación. Se deben tomar parámetros amplios, como la mañana, tarde o noche, que se ajustarán a lo largo de la tarea programadora.
6. **Redacción del itinerario:** En esta fase se detalla el programa día por día sintetizando toda la información necesaria para el armado del paquete. Su redacción deberá ser concreta y precisa, deberá utilizar una forma de fácil interpretación que indique: día en que se presta cada servicio, la localidad donde se presta el servicio y el detalle de cada servicio incluido. (pág. 128)

d. Selección de prestadores de servicios.

Esta fase se asienta en la capacidad que tiene el programador para obtener los mejores resultados posibles minimizando los costos, según los criterios de eficacia y economía.

Se debe considerar todos los establecimientos posibles en cada centro base, de acuerdo con las características formales del programa. Estos establecimientos pasan a funcionar como prestadores alternativos. Para realizar la selección se debe tener en cuenta que el objetivo es maximizar la calidad de la prestación reduciendo el costo al mínimo.

La información necesaria es: el domicilio de la empresa a contratar, la tarifa pasada, el nombre del contacto o persona con quien se ha negociado la tarifa o precio, las condiciones del servicio y las condiciones de pago. No

hay que olvidarse que se trata de una selección de prestadores o proveedores posibles. Será en la etapa de operación cuando se llegará a un acuerdo definitivo o contrato de servicios. (pág. 129)

e. Técnicas de negociación.

Uno de los aspectos más delicados de todo el proceso productivo consiste en acordar condiciones convenientes sobre cada prestación a incluir en el programa. Esto nos conduce directamente a la imperiosa necesidad de negociar esas condiciones con cada proveedor.

¿Qué es una buena negociación?

En principio una buena negociación es aquella que termina en un acuerdo justo. Esto significa que en la medida de lo posible responde a los intereses legítimos de las partes y que resuelve los conflictos de interés equitativamente y en forma durable en el tiempo.

La manera usual de negociar consiste en adoptar posiciones, a partir de las cuales una y otra parte irán haciendo concesiones para arribar a un acuerdo. Esta técnica puede emplearse desde dos posiciones o enfoques diferentes. Al negociar podemos emplear un estilo duro o flexible. En el primer caso, cada una de las partes adoptará una posición de partida lo más cerrada y extrema posible, se aferrará al último argumento dicho, tratará de ocultar sus verdaderas opiniones engañando a la otra parte, y hará solo un mínimo de concesiones, pues ese tipo de estilo parte de la premisa que en una negociación hay una parte que cede o pierde posiciones y otra que gana. Por el contrario, cuando el estilo del negociador es flexible, éste concentrará su interés en la relación con la otra parte más que en el hecho de ganar posiciones. (pág. 130)

En ambos casos se puede, y en verdad se logra, establecer un acuerdo, pero ninguna de las dos técnicas garantiza un trato justo.

R Fisher ha elaborado un método llamado de negociación razonada que establece cuatro puntos fundamentales.

1. **El hombre:** Al negociar es necesario tener presente que la otra parte es un ser humano con todas sus falencias, sentimientos y problemas de comunicación. Por lo tanto es recomendable, y hasta exigible, tratar en forma separada las cuestiones de tipo personal de los puntos que forman parte del diferendo. Esto significa claramente no mezclar el motivo real del diferendo con necesidades personales de victoria.
2. **El interés:** Se parte de la premisa de que todo diferendo encierra intereses distintos. Es conveniente observarlos como diferentes y no como contrarios. Al negociar es imprescindible centrar la atención sobre el interés o intereses perseguidos y no sobre las posiciones de las partes. Debe considerarse que el interés es el verdadero eje de la negociación y que las posiciones asumidas por ambas partes son coyunturales.
3. **La solución:** Jamás hay que adoptar o pensar en la existencia de la solución o decisión única sino pensar y buscar el abanico de soluciones posibles y alternativas al diferendo. Una vez planteado las soluciones serán analizadas en forma conjunta; se las evaluará en función de los intereses en juego para arribar a una decisión compartida al final del proceso.
4. **Criterios:** En todo momento hay que tener en claro que el resultado debe asentarse en criterios objetivos y no en el capricho o presión de una de las partes. (pág. 131)

El análisis del diferendo: aquí se analizarán las causas del mismo, su naturaleza y los intereses que encierra para ambas partes.

La confección del plan de negociación: En esta etapa es recomendable separar claramente los aspectos de tipo personal y aquellos que son de suma importancia para la solución del diferendo, es decir, los motivos centrales del mismo. También es recomendable señalar que parte de los objetivos que nos llevan a negociar son realmente realizables y la negociación propiamente dicha. (pág. 133)

f. Cotización del programa.

En esta fase se fija el costo final del producto. El presupuesto se puede calcular a partir de cada salida o de lo contrario se puede tomar como unidad de cálculo el total de salidas de la temporada. En ambos casos se cotizará por programa teniendo en cuenta los siguientes factores: los costos fijos de la empresa e indirectos del programa, los costos variables de la empresa y directos del programa, y el canal de distribución en función de su retribución o comisión. (pág. 134)

g. Los costos fijos e indirectos al programa.

Son aquellos que dependen directamente de la operación del producto sino que se deben abonar independientemente al volumen de la producción. Mediante el método de costeo por absorción, se establece un índice por producto. Dicho índice expresa la parte del costo fijo a agregar en cada presupuesto. Dicho índice se establece teniendo en cuenta los gastos de: salarios, cargas sociales, promoción, teléfono y demás medios de comunicación, servicios públicos, impuestos directos, otros. . (pág. 134)

h. Los costos directos al programa.

Son aquellos que surgen como consecuencia de la producción de un determinado programa y que varían según el tamaño de la misma. En esencia, se trata de las tarifas pasadas por los distintos prestadores o proveedores más los impuestos indirectos como el IVA y las comisiones a terceros.

Para la confección del presupuesto se toman los precios unitarios es decir por persona. En el caso de proveedores que cotizan por unidades mayores, se emplea el grupo base o punto de equilibrio para llegar a determinar el costo por pasajero. Se denomina punto de equilibrio al punto que cubre los costos totales del programa. Para su cálculo podemos utilizar la siguiente fórmula: (pág. 135)

$$PE = \frac{CNPT}{PUV - CPU}$$

Dónde:

CNPT: Costo no proporcional total o costo fijo.

PUV: Precio unitario de venta.

PCU: Costo proporcional unitario o costo variable.

- i. **El beneficio deseado:** Es el porcentaje de ganancia real que se espera obtener por producto y que se carga sobre el costo total por persona. Con la siguiente fórmula.

$$G = \frac{\% \text{ Deseado}}{100 - \% \text{ Deseado}}$$

- j. **El canal de distribución del producto:** se entiende por canal de distribución el sistema de comercialización empleado por la empresa para colocar sus productos en el mercado, y está directamente relacionado con el precio final o de venta. En esta actividad los precios pueden ser netos o comisionables. El establecimiento de un precio comisionable presupone que es el operador el que fija el margen de ganancia a percibir por los intermediarios. El establecer un precio final neto presupone que cada empresa minorista intermediaria, deberá poner su propio margen de ganancia. El precio neto es resuelto de la suma del costo más el margen de ganancia. . (pág. 137)

- k. **El precio**

Todo precio, sea de un bien o un servicio, es el reflejo del valor de intercambio del mismo con otros productos. Dicho de otra forma, es el valor de un producto expresado en términos monetarios, en comparación con otros productos.

Para el consumidor el producto deberá presentar un grado de satisfacción superior al que habría podido obtener gastando la misma cantidad de dinero en otra cosa.

Con esto queremos decir que el turista compara los distintos productos que se le ofrecen en términos de satisfacción, a su vez, esa satisfacción posible está unida a la visión que se tiene respecto de la calidad del paquete a adquirir. (pág. 137)

l. Fijación del precio en función del mercado de demanda.

Para utilizar este método es necesario analizar tres elementos: El posicionamiento del bien en el nicho estratégico correspondiente, la relación calidad – precio del producto en el mercado y la elasticidad de la demanda. (pág. 138)

m. Fijación del precio en función de la competencia.

Se parte del precio de venta al que se quiere llegar o al que permite el mercado y se deduce el costo del futuro producto; los costos de elaboración deben adaptarse sin reducir la calidad. Es importante destacar que esta metodología es inversa, dado que se parte ciertamente del resultado de la ecuación tradicional. (pág. 138)

n. Fijación del precio en función del costo.

Precio de venta = precio de costo + margen de ganancia.

La aplicación de este método presupone el conocimiento exacto de la relación entre el precio unitario y la parte del mercado realizable. (pág. 138)

La fase de organización implica tomar en cuenta todos los aspectos para tener listo el paquete turístico, comprendido desde la fijación del itinerario hasta la fijación de los precios que se establecerán. Sin dejar pasar por alto que es en esta fase donde se confecciona la mayor parte del paquete turístico.

La siguiente fase es la:

2.4.2.3 Operación

Que consiste en sí, en la ejecución del paquete turístico, para lo cual según Chan, (2011) es necesario cumplir con:

a. La función operativa.

Se refiere a la puesta en marcha o efectivización del producto turístico, y comprende todas aquellas acciones destinadas a la correcta prestación de los servicios incluidos en el programa turístico, ya sean de tipo receptivo o emisivos.

Desde la función operativa todo programa, tour o excursión puede ser clasificado de la siguiente manera.

Programas operados en forma regular: Son aquellos cuya efectivización está prevista mediante un cronograma de salidas establecido por temporadas. Pueden ser utilizados por individuales o por grupos heterogéneos u homogéneos en su concepción.

Programas operados en forma eventual: Son aquellos cuya efectivización no está prevista con antelación a la acción de compra. Pueden ser utilizados en forma individual o en grupos homogéneos en su composición. (pág. 143)

De acuerdo con la organización y administración de las prestaciones, toda operación regular o eventual puede ser:

Prestación a través de terceros: Se da en los casos que el operador responsable del producto cumpla la función de coordinación y administración, y que el producto sea la suma de programas locales. En este caso la empresa se comporta como intermediaria entre el consumidor y las receptoras locales. Y el otro caso que es que el operador no tenga una política definitiva en este sentido y actúe de acuerdo con las realidades de cada destino. Así, el sistema mixto es aquel en el cual en algunos casos el operador contrata para ciertos destinos directamente a prestadores básicos y en otros a operadores receptivos.

Prestación directa de servicios: En este caso, el operador es a la vez responsable directo de la administración de los servicios básicos y del servicio integrado o programa turístico. (pág. 144)

Quizá esta fase ya no exige una mayor profundización sobre el cliente, pero debemos tener en cuenta como el cliente sugirió su servicio, y debemos hacer y tomar las medidas del caso para que el cliente quede totalmente satisfecho con el producto que recibe por parte de la operadora turística.

Y finalmente esta la fase que se encarga de hacer llegar el paquete turístico hasta el cliente.

2.4.2.4.- *Venta*

“Proceso en el cual un buen agente de viajes ayuda al cliente a identificar cuáles son sus necesidades y le ayuda a tomar una decisión final en función de su experiencia y bagaje profesional”. (Ameigeiras, 2012, pág. 228)

a. Marketing: “Es una herramienta que permite conocer las técnicas que se deben aplicar para mejorar la comercialización de un servicio mediante el estudio en profundidad del mercado de consumo”. (Cabarcos, 2011, pág. 199).

b. Segmentación del mercado.

Es la subdivisión creada del mercado en una serie de grupos o segmentos, en base a una o varias variables, mediante diferentes procedimientos estadísticos, con el fin de poder aplicar las estrategias más adecuadas a los objetivos marcados inicialmente. (pág. 201)

El proceso de segmentación inicia con definir el mercado, elegir los criterios de segmentación y finalmente determinar el segmento de mercado que le interesa a mi empresa.

Mercado de consumo desarrolla una publicidad masiva y maneja un gran número de consumidores. El precio tiene mucha importancia y el periodo de negociación suele ser corto. No suele haber contacto entre el fabricante y el consumidor.

Mercado industrial: El número de clientes es menor y la clientela suele estar más concentrada. El precio adquiere menor importancia. La distribución es casi directa, hay, como mucho, un intermediario. (pág. 203)

c. El marketing mix

Constituye la base del plan de marketing, utilizando como instrumento las cuatro P:

Producto: Es el medio para satisfacer las necesidades del consumidor. Es el instrumento fundamental de la estrategia comercial de la empresa. El producto no es lo que se vende, sino lo que el cliente desea comprar. (pág. 204)

Precio: Es algo más que un valor de intercambio. Es un componente que no se puede considerar individualmente, sino que se debe considerar en relación con los otros aspectos del marketing mix. (pág. 205)

Distribución o Plaza: De éste factor depende que el producto o servicio llegue al segmento de mercado adecuado, en el momento justo, pone al alcance de los consumidores las distintas ofertas de las empresas y prestatarios de servicios turísticos. (pág. 206)

Promoción: Conjunto de actuaciones integradas dentro de un plan de marketing que sirven para alcanzar objetivos específicos a través de estímulos limitados en el tiempo y en el espacio y que van dirigidos a los consumidores, vendedores, intermediarios, prescriptores. (pág. 206)

Plan de marketing: Es la guía de acción que recoge todas las actuaciones que va a llevar a cabo la empresa para el cumplimiento de sus objetivos. (pág. 207).

Todos los aspectos de marketing que se plantea, nos ayudarán al momento de buscar estrategias para la venta de un paquete turístico.

d. Etapas de la venta.

“En la venta personal con el cliente “cara a cara” debemos distinguir una serie de fases en las que se llevarán a cabo ciertas acciones que culminarán

el proceso. Para esto el vendedor debe cumplir con una serie de actitudes para realizar un buen proceso”. (Ameigeiras, 2012, pág. 228)

- Ser claro y ordenado, sin ir de un tema a otro. Un buen agente de viajes sabe lo que quiere vender y lo que quiere producir en la mente de su cliente.
- Adaptarse al cliente a partir de la percepción que nos llega de él. Debemos considerar que no se puede ofrecer lo mismo a una persona que busca un viaje familiar que a un joven en viaje de estudios.
- Utilizar un lenguaje de fácil comprensión para nuestro interlocutor.
- Mostrar competencia profesional: completo conocimiento sobre los productos, servicios y capacidades de su empresa.
- Hacer participar al cliente, preguntándole, pidiéndole opinión, utilizando el feedback. De esta manera se logra una verdadera relación con el cliente.
- Pluralizar, en el sentido de hacer ver al cliente que estamos respaldados por un gran equipo con el que puede contar en todo momento. De esta manera generamos confianza, que es la base de todos los negocios.
- No solo exponer ventajas, sino presentar toda la información al cliente, incluso explicando la letra pequeña.
- No ejercer presión sobre el cliente, ya que aquel que compra bajo presión jamás será un cliente fiel. Debemos dejar elegir al cliente presentándole todas las alternativas posibles. (pág. 228)

e. Acogida y generación de confianza en el cliente.

Momento crucial en la relación con el cliente, pues la “primera impresión” es de gran importancia y marcará el transcurso de la venta. La acogida no debe ser improvisada, sino que ha de organizarse. Desde los escaparates, el orden de los folletos hasta los aspectos de imagen del agente de viajes juegan un papel básico en este primer acercamiento.

El cliente suele actuar con timidez y ha de ser el personal el que tome la iniciativa, con un saludo de acogida, y utilizando las fórmulas de cortesía. En el caso de que el cliente no pueda ser atendido en el momento, se le invitará a tomar asiento en un espacio dedicado a tal fin, se le ofrecerá algún folleto

que le sirva de distracción y se le hará sentir que haremos lo posible para atenderle con la mayor brevedad.

Una vez que acogemos al cliente sus primeras respuestas nos darán la clave del cómo actuar. Puede tratarse de una consulta general, una venta rápida o lenta y, en consecuencia, lo desviaremos al agente que pueda atender apropiadamente sus necesidades. (pág. 229)

f. Indagación en las necesidades y los deseos del cliente.

El agente de viajes debe concentrarse especialmente en este punto, ya que como antes marcábamos, es el aspecto crucial para que la venta llegue a cerrarse, asegurando que captamos las necesidades del cliente.

Si se trata de un cliente habitual agradecerá ser identificado como tal, y utilizando nuestra base de datos su ficha de cliente nos servirá como punto de partida en esta fase. En el caso de un nuevo cliente, atenderemos y escucharemos sus peticiones y además formularemos una serie de preguntas técnicas que son necesarias para saber qué tipo de servicio nos están demandando. (pág. 229)

g. Presentación del producto/servicio.

Una vez que conocemos el planteamiento del cliente, el agente de viajes debe decidir mentalmente que productos puede ofrecerle. Para ello debemos ofrecerle la información concreta, bien a través de servicios informatizados, que nos van a proporcionar disponibilidad de plazas y precios al momento, o podemos utilizar los distintos folletos que se ajusten a sus demandas y ofrecer toda una serie de servicios complementarios a nuestra oferta.

Si el cliente está conforme con alguna de las alternativas sugeridas, podemos realizar la venta rápida emitiendo la documentación, verificando que todo está correcto y gestionando el cobro total de los servicios vendidos.

En algunos casos se necesita un proceso de venta más complejo, puede ser el caso de que los proveedores deban confirmarnos la disponibilidad de los servicios, especialmente si hay varios proveedores implicados. En este tipo de venta es muy importante realizar una cuidada labor de asesoramiento al

cliente, utilizando todos los medios a nuestro alcance: guías, mapas, páginas web, videos promocionales, etc. (pág. 229)

Dadas las nuevas tendencias de la demanda actual y cada vez mayor exigencia de nuestros clientes, se hace necesario que las agencias de viajes y su personal se profesionalicen y sean verdaderos conocedores y especialistas del producto que ofertan. Nuestros clientes podrán aceptar finalmente el producto básico, pero está en nuestra mano sugerir ofertas que complementen el viaje y lo hagan único y especial como excursiones, visitas, cenas temáticas, etc. (pág. 230)

h. La negociación

Tanto con clientes como con los proveedores, hemos de entenderla como la relación que se establece entre dos empresas, la agencia de viajes y su proveedor de servicios. Suele existir la figura de un negociador con el objetivo de poder limar diferencias, acercar posiciones y llegar a acuerdos beneficiosos entre ambas partes. (pág. 230)

i. Cierre de la venta.

No existe venta sin cierre, es decir, hemos podido hacer una interesante presentación del producto, habremos mantenido una charla con el cliente o haber pasado un rato entretenido, pero el vendedor no hizo venta alguna.

El cierre de la venta es el paso lógico del proceso que hemos estado analizando entre el vendedor y el cliente, para que éste comience a disfrutar de los beneficios de nuestra oferta. En esta fase de la venta es decisiva la técnica del “silencio”, si el vendedor ha planteado una pregunta para que su cliente se comprometa, deberá esperar el tiempo que sea necesario hasta que le conteste, a veces parecen siglos, pero es la mejor fórmula para ejercer una suave presión que haga decidirse al cliente. (pág. 232)

Es importante tener en cuenta siempre en la fase de ventas que cuando compramos un producto, que no solo hay que preocuparse del producto sino también de la manera que nos sirven ese producto. Y el objetivo principal es convencer al turista de realizar una adquisición o compra de un paquete turístico.

Por lo tanto dentro de la variable operadora turística se ha establecido todos los parámetros necesarios para cumplir los pasos en la elaboración de paquetes turísticos.

2.5. VOCABULARIO TÉCNICO

a. Alojamiento turístico.

Es aquel establecimiento que suministra el servicio de habitación de una forma habitual específica y profesional, en contraprestación de una tarifa y con la posibilidad de ampliar el servicio con la manutención.

b. Atractivo turístico.

Son bienes o manifestaciones con capacidad de motivar o inducir el viaje, o lo que es lo mismo desplazamiento de personas desde su lugar de residencia habitual o temporaria al espacio donde está emplazado el bien o manifestación en cuestión.

c. Demanda.

Es la que se encuentra formada por el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes y servicios turísticos.

d. Guianza.

Es el servicio que consiste en acompañar a los turistas en sus visitas a lugares determinados o ante unos monumentos concretos.

e. Paquete turístico.

Es el conjunto de servicios que venden las agencias de viajes, a un cliente, en un precio dado, realizado en un solo acto de compra.

f. Mercado.

Lugar donde las personas realizan transacciones económicas por medio de la compra y venta de bienes y servicios turísticos, que son aquellos consumidos por los turistas y que son producidos por diferentes actividades económicas y ramas productivas, lo que genera la demanda y la oferta turística.

g. Oferta.

Es la que se encuentra compuesta por el conjunto de productos, servicios y organizaciones involucrados en la experiencia turística.

h. Operadora turística.

Son las que elaboran, organizan, operan y venden directamente al usuario o a través de las agencias de viajes, paquetes turísticos dentro del territorio nacional o fuera del país.

i. Producto turístico.

Es aquella realidad integral que percibe y capta el turista durante su viaje y estancia fuera de su residencia habitual –experiencia turística, el cual está formado por una serie de bienes y servicios, tanto públicos como privados.

j. Servicios turísticos.

Son actividades identificables e intangibles que son el objeto principal de una transacción ideada para brindar a los clientes satisfacción de deseos o necesidades.

k. Turismo.

Son las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo inferior a un año con fines de ocio, por negocios y otros motivos.

l. Turismo interno.

Incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor.

m. Turista.

Es el viajero que pernocta o está más de 24 horas en el lugar de destino.

2.6. HIPÓTESIS

2.6.1 Sistema Chi ²

H₀: Los paquetes turísticos no inciden en la creación de una operadora turística.

H₁: Los paquetes turísticos si inciden en la creación de una operadora turística.

2.6.2. Sistema Z de proporciones

Ho: Por lo menos con el 99% los paquetes turísticos inciden en la creación de una operadora turística.

H1: Por lo menos con el 99% los paquetes turísticos no inciden en la creación de una operadora turística.

2.7. VARIABLES.

Variable dependiente: Creación operadora turística.

Variable independiente: Diseño de paquetes turísticos.

III. METODOLOGÍA.

3.1. MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN

CUALITATIVA - CUANTITATIVA (MIXTO)

“El enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010, pág. 7) Se utilizó este enfoque en la investigación ya que inicialmente se realizó una interpretación del estado del contexto, es decir, se recolectó y analizó datos relacionados a los gustos y preferencias sobre paquetes turísticos de los turistas de la provincia del Carchi,

“El enfoque cuantitativo usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías”. (pág. 4) Este enfoque nos ayudó a comprobar las hipótesis que se planteó de tal manera que se tiene un sustento comprobado para la propuesta, en base a la relación que existe entre las dos variables.

3.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN.

El tipo de investigación que se utilizó según los objetivos específicos planteados fue:

Investigación documental, para Grajales (2000) “es aquella que se realiza a través de la consulta de documentos (libros, revistas, periódicos, memorias, anuarios, registros, códigos, constituciones, etc.)”. Con este tipo de investigación, se cumplió con el primer objetivo específico, que consiste en la fundamentación teórica de las dos variables; operadora turística y paquetes turísticos.

Según Grajales (2000), “la investigación de campo o investigación directa es la que se efectúa en el lugar y tiempo en que ocurren los fenómenos objeto de estudio”. Que en el caso de esta investigación se la utilizó al momento de cumplir con el objetivo de campo, que fue la aplicación de las encuestas a la población de la provincia del Carchi.

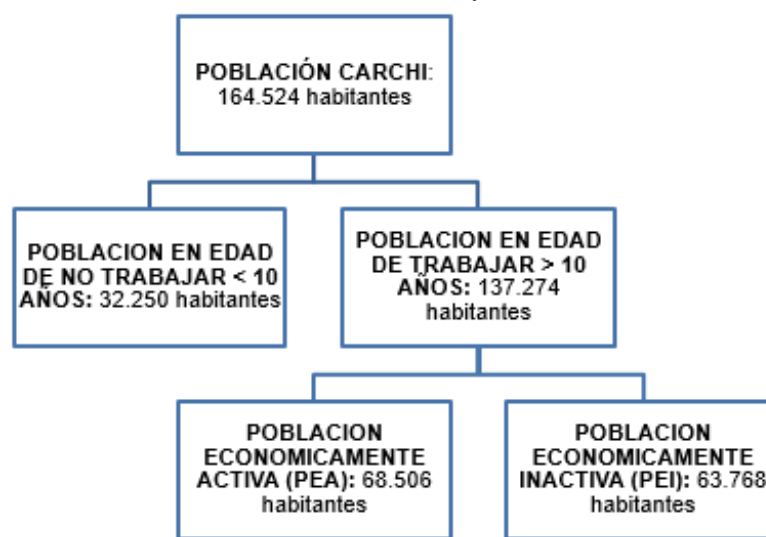
Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades, las características y los perfiles importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis. (Sampieri, Collado, & Lucio, 2010, pág. 8)

Entonces al momento de que se obtuvo los resultados del objetivo dos y tres se realizó esta investigación para poder definir o sacar resultados para plantear la propuesta.

3.3. POBLACIÓN Y MUESTRA DE LA INVESTIGACIÓN.

Para la presente investigación, considerando que el lugar de ejecución es la provincia del Carchi; se tomó como población la P.E.A. (Población Económicamente Activa) del Carchi, la misma que representa aquellas personas que pertenece al mercado de trabajo y suponen la percepción de ingresos. La cual se determinó de la siguiente forma:

Ilustración 1: Población y Muestra



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Una vez determinado la población se aplicó la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 P Q N}{(N-1)e^2 + Z^2 P Q}$$

n =	Tamaño de la muestra	=	?
Z =	Nivel de confiabilidad: 95%	=	1,96
P =	Probabilidad de ocurrencia	=	0,50
Q =	Probabilidad de no ocurrencia	=	0,50
N =	Población	=	68 506
e =	Error de muestreo: 5%	=	0,05
1 =	Constante	=	1,00

$$n = \frac{3,8416 * 0,50 * 0,50 * 68.506}{68.505 * 0,0025 + 3,8416 * 0,50 * 0,50}$$

$$n = \frac{65.793,16}{171.2625 + 0,96040}$$

$$n = 383$$

Entonces, se obtuvo la muestra para la investigación de 383 encuestas, que fueron aplicadas en la población antes ya determinada. (Ver Anexo I)

3.4. OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES.

3.4.1 PAQUETE TURÍSTICO

“Es el conjunto de servicios en base a un itinerario que venden las agencias de viajes, a un cliente, en un precio dado, realizado en un solo acto de compra”. (Acerenza, 2010, pág. 24).

Tabla 2: Operacionalización de variables paquete turístico

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
Transporte	Importancia	Ordene del 1 a 4 según la importancia que Ud. le dé a los servicios que le gustaría recibir en un paquete turístico.	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
	Tiempo	¿Qué tiempo le gustaría tomarse Ud. para realizar turismo?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
	Precio	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por transporte diario?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
Alojamiento	Importancia	Ordene del 1 a 4 según la importancia que Ud. le dé a los servicios que le gustaría recibir en un paquete turístico.	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
	Tiempo	¿Qué tiempo le gustaría tomarse Ud. para realizar turismo?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
	Precio	¿Cuánto gastaría Ud. por servicio alojamiento por noche?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
Alimentación	Importancia	Ordene del 1 a 4 según la importancia que Ud. le dé a los servicios que le gustaría recibir en un paquete turístico.	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
	Tiempo	¿Qué tiempo le gustaría tomarse Ud. para realizar turismo?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
	Precio	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar Ud. por su alimentación diaria?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.

Servicios Complementarios	Importancia	Ordene del 1 a 4 según la importancia que Ud. le dé a los servicios que le gustaría recibir en un paquete turístico.	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
	Tiempo	¿Qué tiempo le gustaría tomarse Ud. para realizar turismo?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
	Preferencia	Marque con una X el servicio complementario que le gustaría se oferte en la operadora de turismo:	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
PREGUNTA DE PRUEBA DE HIPÓTESIS					
¿Cree Ud. que la provincia del Carchi necesita una operadora de turismo que venda paquetes turísticos dentro de la provincia y del país?					

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

3.4.2 OPERADORA TURÍSTICA

“Son las que elaboran, organizan, operan y venden directamente al usuario o a través de las agencias de viajes, paquetes turísticos dentro del territorio nacional o fuera del país”. Citado por (Echeverría & Labanda, 2006) Según la Ley de Turismo.

Tabla 3: Operacionalización de variables operadora turística

DIMENSIONES	INDICADORES	ÍTEMS	TÉCNICA	INSTRUMENTO	INFORMANTE
Elaboración	Tipo de Turismo	¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar dentro del Ecuador y del Carchi?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
Organización	Tiempo	¿Qué tiempo le gustaría tomarse Ud. para realizar turismo?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
Operación	Ubicación	¿En qué lugar prefiere que se ubique una operadora turística?	Encuesta	Cuestionario	Hab. Provincia del Carchi.
Venta					
PREGUNTA DE PRUEBA DE HIPÓTESIS					
¿Le gustaría que una operadora de turismo elabore, organice, opere, y venda paquetes turísticos en la provincia del Carchi?					

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

3.5. RECOLECCIÓN DE INFORMACIÓN.

Una vez que tenemos el diseño de investigación, la población y la muestra adecuada de acuerdo con el problema de estudio e hipótesis el siguiente paso fue recolectar los datos pertinentes sobre los atributos, conceptos o variables de las unidades de análisis. Entonces recolectar los datos implica elaborar un plan detallado de procedimientos que nos conduzcan a reunir datos con un propósito específico. Este plan, el equipo investigador lo hace en base a preguntas básicas y su respectiva explicación, tal como se muestra en el cuadro:

Tabla 4: Plan de Recolección de Información.

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿Para qué recolecto información?	Para alcanzar los objetivos de la investigación
¿De qué persona u objeto?	Población de la provincia del Carchi, (PEA), considerados como turistas.
¿Sobre qué aspecto?	Importancia de servicios turísticos, disponibilidad de tiempo para realizar turismo, precios para transporte, alimentación, alojamiento, preferencia de servicios complementarios, gustos en tipos de turismo, necesidad y ubicación de una operadora turística,
¿Quiénes?	El investigador
¿Cuándo?	En el período junio - julio 2014
¿Dónde?	En los cantones de la provincia del Carchi.
¿Qué técnicas de recolección?	La encuesta
Instrumentos	El cuestionario
¿En qué circunstancia?	Sin importancia.
Número de veces	Única

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

3.5.1. PLANES DE PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

El análisis de los datos se efectuó sobre la matriz de datos utilizando el paquete de Excel. El proceso de análisis se esquematiza así:

1. Seleccionar un programa estadístico en la computadora (ordenador) para analizar los datos. Para el presente caso se decide trabajar con Excel.
2. Ejecutar el programa: Excel.
3. Explorar los datos: a) Analizar descriptivamente los datos por variable.
b) Visualizar los datos por variable.

4. Evaluar la confiabilidad y validez logradas por los instrumentos de medición. (Encuestas)
5. Analizar la correlación entre variables mediante prueba estadística (Chi^2)
6. Prueba cuantitativa a través de prueba Z para una proporción
7. Preparar los resultados para presentarlos (tablas, gráficos, cuadros)

3.6. PROCESAMIENTO, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS OBTENIDOS EN LA POBLACIÓN DE LA PROVINCIA DEL CARCHI.

PREGUNTA 1.- Ordene del 1 a 4 según la importancia que Ud. le dé a los servicios que le gustaría recibir en un paquete turístico.

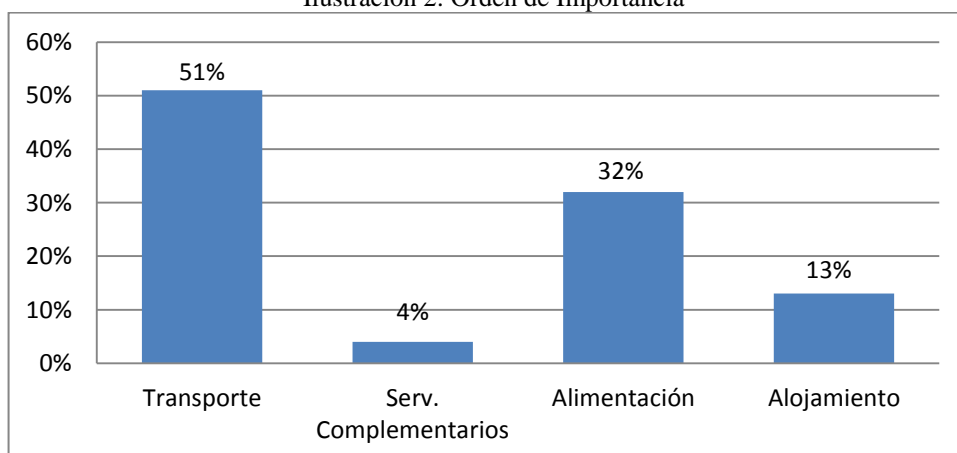
Tabla 5: Importancia de los servicios de un paquete turístico.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Transporte	196	51%
Serv. Complementarios	15	4%
Alimentación	121	32%
Alojamiento	51	13%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

Ilustración 2: Orden de Importancia



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

Análisis: Se logró determinar que el servicio de Transporte es el servicio más importante para los turistas dentro de un paquete turístico, mientras que en un segundo plano está la alimentación, el alojamiento y finalmente los servicios complementarios.

PREGUNTA 2.- ¿Qué tiempo le gustaría tomarse a Ud. para realizar turismo?

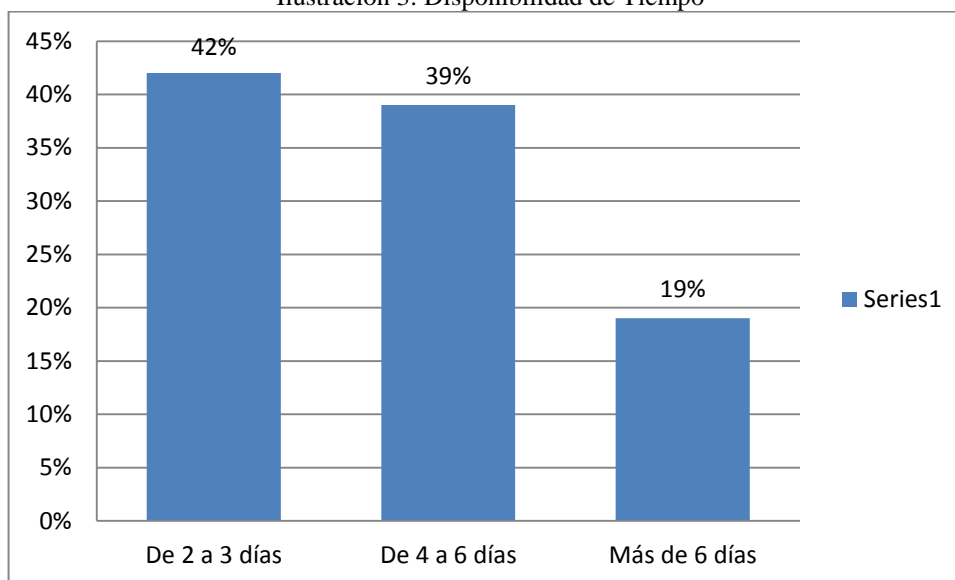
Tabla 6: Disponibilidad de Tiempo

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 2 a 3 días	161	42%
De 4 a 6 días	151	39%
Más de 6 días	71	19%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

Ilustración 3: Disponibilidad de Tiempo



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

Análisis: Tomando en cuenta los datos obtenidos; la disponibilidad de tiempo de la población de la provincia del Carchi para realizar turismo es de 2 a 3 días, pasando a segundo plano de 4 días en adelante.

PREGUNTA 3.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por transporte diario?

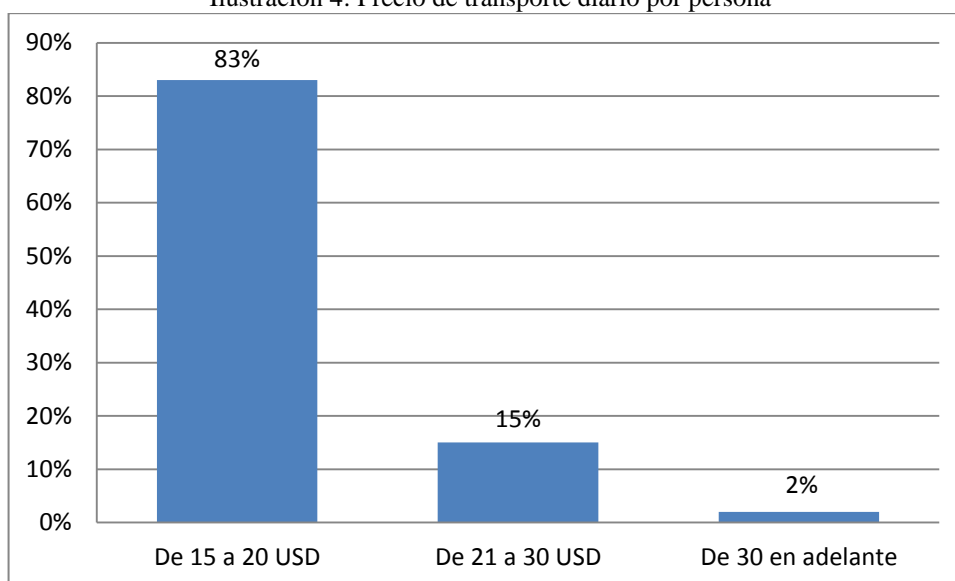
Tabla 7: Precio de transporte diario por persona

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 15 a 20 USD	317	83%
De 21 a 30 USD	57	15%
De 30 en adelante	9	2%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

Ilustración 4: Precio de transporte diario por persona



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

Análisis: Visto el cuadro se logró determinar que el precio diario y por persona que están dispuestos a pagar la población de la provincia del Carchi, por transporte es de 15 a 20 dólares, pasando a segundo plano un transporte más costoso.

PREGUNTA 4.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar Ud. por su alimentación diaria?

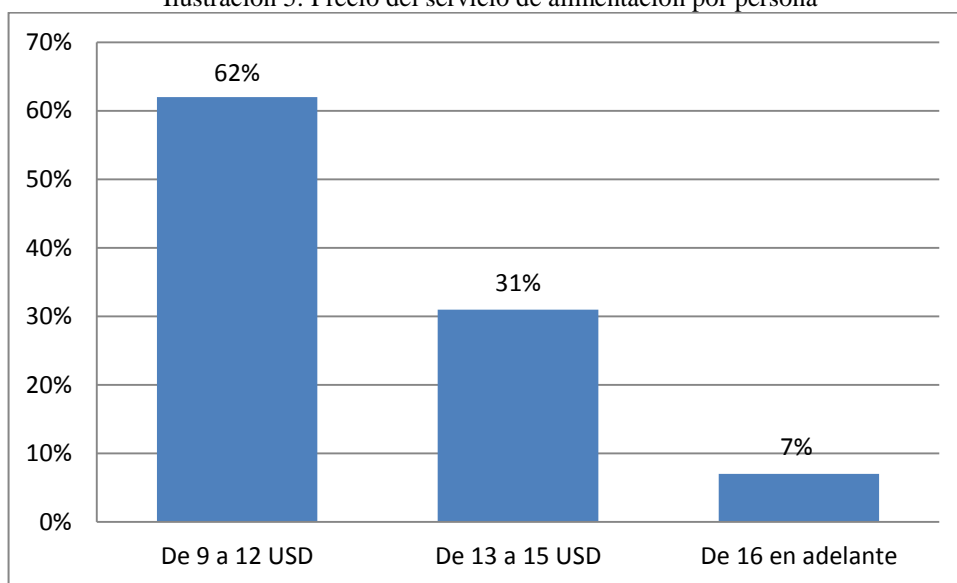
Tabla 8: Precio del servicio de alimentación por persona

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 9 a 12 USD	240	62%
De 13 a 15 USD	118	31%
De 16 en adelante	25	7%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Ilustración 5: Precio del servicio de alimentación por persona



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Visto el cuadro se logró determinar que el precio diario y por persona que están dispuestos a pagar la población de la provincia del Carchi, por alimentación es de 9 a 12 dólares, pasando a segundo plano una alimentación más costoso.

PREGUNTA 5.- ¿Cuánto gastaría Ud. por servicio de alojamiento por noche?

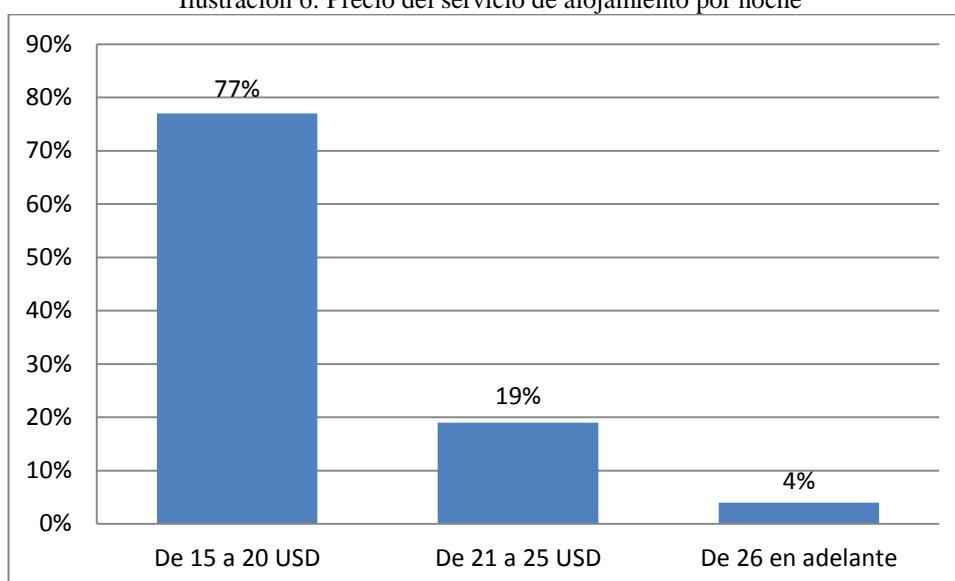
Tabla 9: Precio del servicio de alojamiento por noche

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
De 15 a 20 USD	295	77%
De 21 a 25 USD	73	19%
De 26 en adelante	15	4%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Ilustración 6: Precio del servicio de alojamiento por noche



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Visto el cuadro se logró determinar que el precio por noche que están dispuestos a pagar la población de la provincia del Carchi, por alojamiento es de 15 a 20 dólares, pasando a segundo plano el alojamiento más costoso.

PREGUNTA 6.- Marque con una X el servicio complementario que le gustaría se oferte en la operadora de turismo.

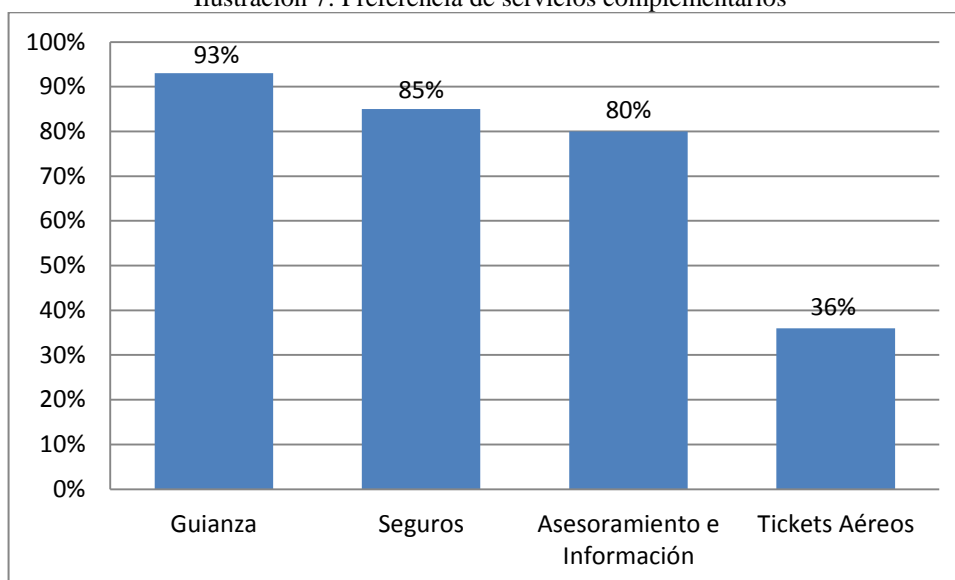
Tabla 10: Preferencia de servicios complementarios

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Guianza	319	93%
Seguros de vida	324	85%
Asesoramiento e Información	308	80%
Tickets Aéreos	139	36%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Ilustración 7: Preferencia de servicios complementarios



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Visto el cuadro se logró determinar que el servicio complementario de mayor preferencia en la población de la provincia del Carchi, son los seguros, seguido de la guianza, asesoramiento e información y pasando a un segundo plano los tickets aéreos.

PREGUNTA 7.- ¿Le gustaría que una operadora de turismo elabore, organice, opere, y venda paquetes turísticos en la provincia del Carchi?

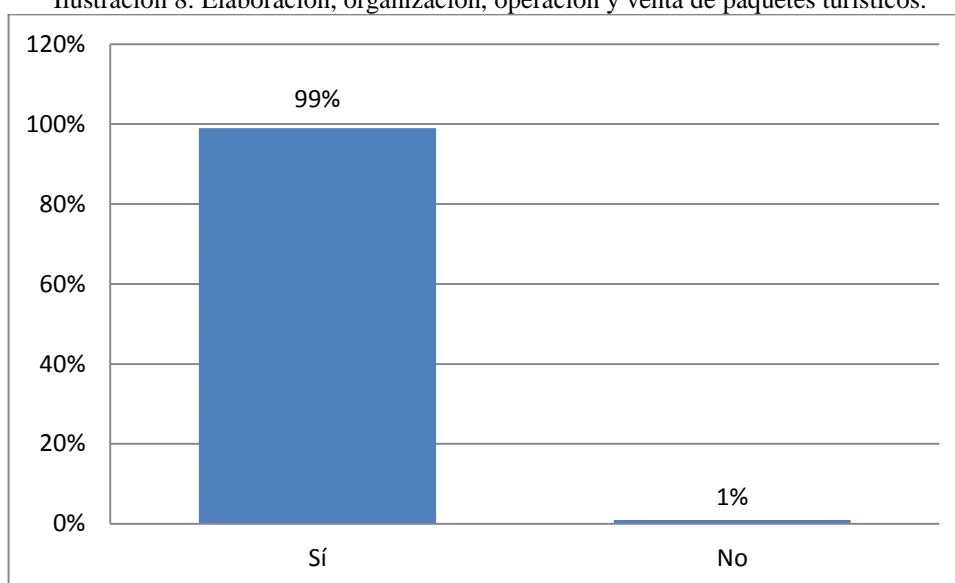
Tabla 11: Elaboración, organización, operación y venta de paquetes turísticos.

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	378	99%
No	5	1%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Ilustración 8: Elaboración, organización, operación y venta de paquetes turísticos.



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Visto el cuadro se logró determinar que a la población de la provincia del Carchi, si les gustaría que una operadora de turismo elabore, organice, opere y venda paquetes turísticos en la misma.

PREGUNTA 8.- ¿Qué tipo de turismo le gustaría realizar en el Ecuador y el Carchi?

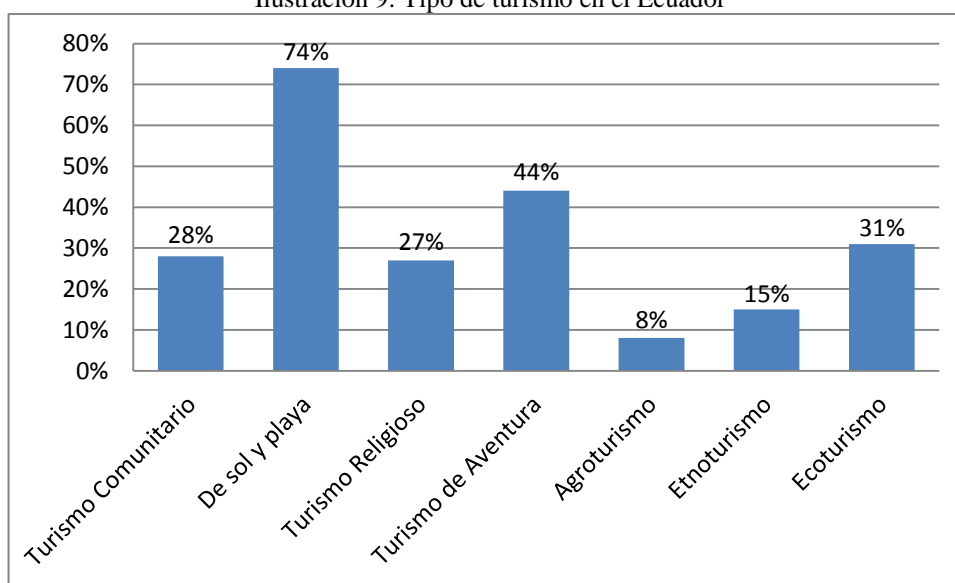
Tabla 12: Tipo de turismo en el Ecuador

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE ECUADOR
Turismo Comunitario	106	28%
De sol y playa	283	74%
Turismo Religioso	104	27%
Turismo de Aventura	168	44%
Agroturismo	29	8%
Etnoturismo	57	15%
Ecoturismo	120	31%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Ilustración 9: Tipo de turismo en el Ecuador



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Análisis: En relación al tipo de turismo que prefiere la población de la provincia del Carchi, para realizar en el Ecuador; es el turismo de sol y playa, seguido del turismo de aventura y el ecoturismo.

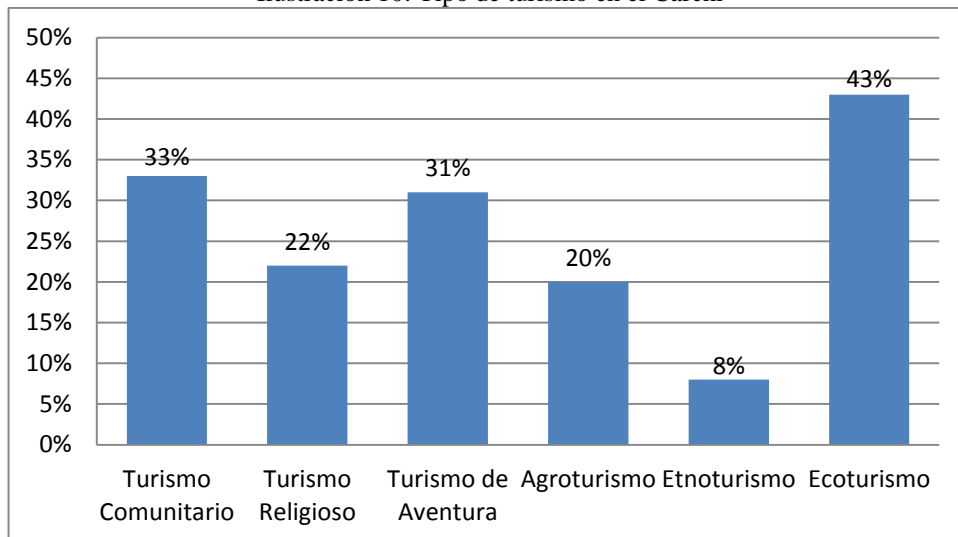
Tabla 13: Tipo de turismo en el Carchi

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE CARCHI
Turismo Comunitario	126	33%
Turismo Religioso	84	22%
Turismo de Aventura	117	31%
Agroturismo	78	20%
Enoturismo	29	8%
Ecoturismo	163	43%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Ilustración 10: Tipo de turismo en el Carchi



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Mientras que para la provincia del Carchi el tipo de turismo que prefieren es el ecoturismo, seguido del turismo comunitario y el turismo de aventura.

PREGUNTA 9.- ¿Cree Ud. que la provincia del Carchi necesita una operadora de turismo que venda paquetes turísticos para la provincia y del país?

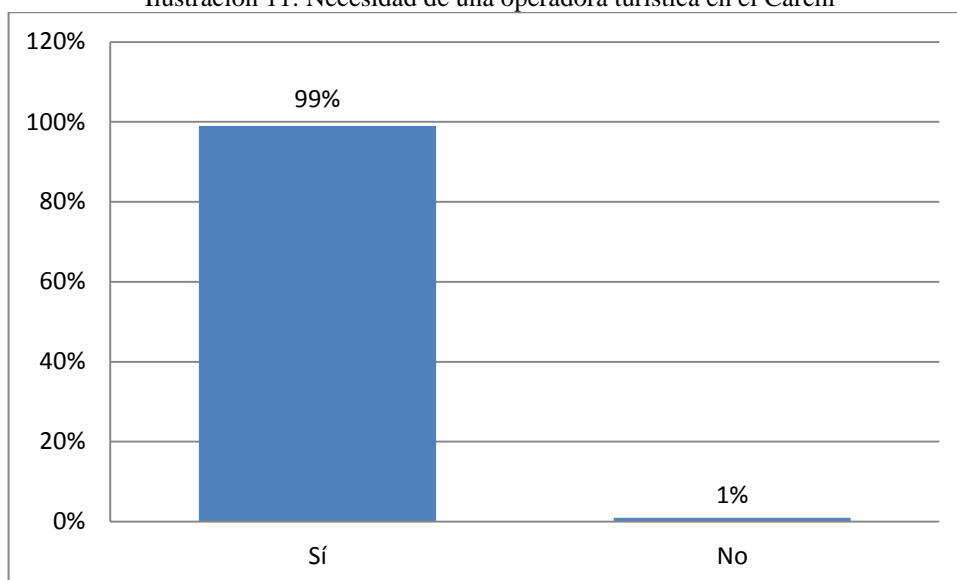
Tabla 14: Necesidad de una operadora turística en el Carchi

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Sí	380	99%
No	3	1%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Ilustración 11: Necesidad de una operadora turística en el Carchi



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Visto el cuadro se logró determinar que la población de la provincia del Carchi, necesita una operadora turística que venda paquetes turísticos dentro de la provincia y del país.

PREGUNTA 10.- ¿En qué lugar prefiere que se ubique una operadora turística?

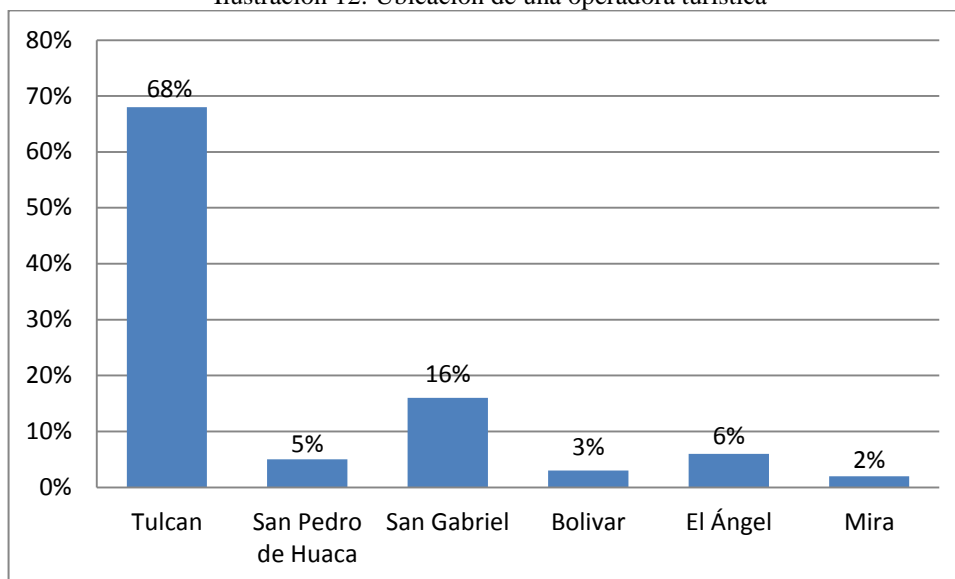
Tabla 15: Ubicación de una operadora turística

VARIABLE	FRECUENCIA	PORCENTAJE
Tulcán	255	68%
San Pedro de Huaca	21	5%
San Gabriel	61	16%
Bolívar	13	3%
El Ángel	22	6%
Mira	11	2%
TOTAL	383	100%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Ilustración 12: Ubicación de una operadora turística



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Análisis: Tomando en cuenta los datos presentados, la ciudad donde se debería ubicar una operadora turística es en Tulcán.

3.7. ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE LA OPERADORA TURÍSTICA

3.7.1. DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

Actualmente en Ecuador existen varios ofertantes de servicios turísticos. A nivel nacional los paquetes turísticos son prestados por operadoras legalmente constituidas, quienes ofrecen varios servicios y destinos dependiendo de los requerimientos del cliente.

A nivel provincial no se encuentran operadoras legalmente constituidas, sin embargo, existe una prestación de servicios informal por parte de personas particulares, quienes se limitan a ofertar destinos tales como: Atacames, Tonsupa y Súa.

3.7.2. EL ÁREA DEL MERCADO

a. Población

Para el presente estudio se tomó en cuenta la provincia del Carchi, como la población general, delimitándola a la (PEA) Población Económicamente Activa que son 68 506 habitantes.

b. Contingente actual y tasa de crecimiento.

Según (SEMPLEDES, 2014) el crecimiento poblacional en el Ecuador es del 1.52%; por eso se tomó este valor para realizar la proyección en 5 años del crecimiento poblacional en la provincia del Carchi, considerando la población del mismo grupo de edades.

Tabla 16: Contingente actual y tasa de crecimiento

Población	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
68 506	69 547	70 604	71 677	72 766	73 872

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: INEC

c. Ingresos

Según el Censo Nacional Económico del 2011, analizando cada uno de los sectores productivos de la provincia del Carchi, se tuvo los siguientes ingresos:

Tabla 17: Ingresos.

Actividades Económicas	Ingresos por ventas	%
Administración del estado y aplicación y aplicación de la política económica.	83 213 182	21.4 %
Venta al por menor de otros productos en comercios especializados.	44 627 385	11.5 %
Venta al por menor en comercios no especializados con predominio de la venta de alimentos, bebidas y tabaco.	37 141 170	9.5 %
Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal.	32 662 132	8.4%
Actividades de telecomunicaciones inalámbricas.	23 728 369	6.1%
Venta al por menor de combustibles para vehículos.	20 471 649	5.3%
Venta al por menor de otros enseres domésticos en comercio.	20 408 313	5.2%
Otras actividades de transporte por vía terrestre.	15 258 781	3.9%
Venta de partes, piezas y accesorios para vehículos Automotores.	13 253 475	3.4%
Enseñanza secundaria.	10 069 589	2.6%
Los 229 sectores restantes.	88 379 640	22.7%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)
Fuente: Censo Económico 2011

Además se tuvo presente el PIB per cápita de la provincia del Carchi, siendo \$1986.30 dólares.

3.7.3. COMPORTAMIENTO DE LA DEMANDA

a. Situación Actual

Según (Jiménez, 2011, pág. 64) la demanda es “la cantidad de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades, quienes además, tienen la capacidad de pago para realizar la transacción a un precio determinado y en un lugar establecido”.

Ahora se realizó un análisis del comportamiento de la demanda; Según (Villacís, 2010), el 40% de los ecuatorianos realizan turismo interno, de los cuales el 94.8% viaja entre una y tres veces al año, además el 53.3% viaja por consejos de amigos o familiares, mientras que el 32% lo hace por experiencias de otros viajes.

El 63.8% de los turistas permanecen en un promedio de tres noches en el lugar de visita, que en comparación con los datos determinados en la provincia del Carchi, donde los turistas disponen de 2 a 3 días para realizar turismo; se asemeja bastante al promedio nacional.

De los ecuatorianos que viajaron el 53.4% lo hizo en autobús, y el 1.9% en avión; de estos turistas el 18% se alojó en establecimientos hoteleros y su motivación de viaje es la diversión y recreación con un 41.9% mientras el 1.4% lo hizo por motivos de trabajo.

b. Series estadísticas básicas

Tomando en cuenta la información proporcionada por el Ministerio de Turismo, se tomó los 2 años anteriores para establecer el movimiento interno de turistas en los diferentes feriados que se dieron en el país.

Tabla 18: Turismo interno año 2013.

FERIADOS 2013	NÚMERO DE VIAJES
Semana Santa	670 653
Carnaval	1 041 456
9 de Octubre	538 752
2 y 3 de Noviembre (2012)	897 993
Navidad (2012)	457 704
Fin de Año (2012)	617 976
TOTAL	4 224 534

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Ministerio de Turismo

Tabla 19: Turismo interno año 2014.

FERIADOS 2014	NÚMERO DE VIAJES
Semana Santa	723 365
Carnaval	1 133 093
9 de Octubre	660 116
2 y 3 de Noviembre	691 839
Navidad	744 224
Fin de Año	967 361
TOTAL	4 919 998

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Ministerio de Turismo

c. Estimación de la demanda actual

Según la pregunta número 7 de la encuesta aplicada a la población de la provincia del Carchi, se determinó que el 99% de dicha población está de acuerdo con que una operadora turística elabore, organice, opere y venda paquetes turísticos; partiendo de esta interpretación se aplicará el principio de (Pope, 1997, pág. 161), que nos establece que únicamente alrededor de las tres cuartas partes (0.75) de las personas que dijeron que sí, realmente comprarán el producto, el 0.25 y el 0.10 sucesivamente considerando los escenarios optimista, moderado y pesimista respectivamente.

Entonces con la población ya determinada que es de 68 506 personas, de las cuales el 99% dijo que sí; se calculó la demanda real para los paquetes turísticos en los tres escenarios.

Tabla 20: Estimación de la demanda actual.

Respuesta de la prueba	Operación	Ponderación	Puntaje Ponderado	Población	Población real	Escenarios
99	*	0,75	74,25	68506	50867	OPTIMISTA
99	*	0,25	24,75		16955	MODERADO
99	*	0,10	9,90		6782	PESIMISTA

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Encuestas

d. Tipología de los consumidores

De acuerdo a los resultados de la encuesta aplicada a la población de la provincia del Carchi, se llegó a identificar el tipo de turistas potenciales que consumirán los paquetes turísticos.

Los consumidores potenciales del Carchi, están entre el rango de edades de 15 a 64 años, donde los de 15 a 30 años ocupan el 48%, seguido del 30% los de 31 a 45 años y el 22% los de 46 a 64 años.

El servicio que más importancia le dan dentro de un paquete es el transporte (51%), el tiempo que disponen para realizar turismo es de 2 a 3 días (42%), el promedio para el pago de transporte diario es de 17.50 USD (83%), para alimentación es de 10.50 USD (62%), para alojamiento por noche es de 17.50 USD (77%). El servicio complementario con más preferencia es la guianza (93%),

El tipo de turismo que les gusta realizar en la provincia del Carchi es el ecoturismo (43%), turismo comunitario (33%) y turismo de aventura (31%). Mientras que a nivel nacional prefieren el turismo de sol y playa (74%), turismo de aventura (44%) y ecoturismo (31%).

e. Situación futura – Proyección de la demanda

La demanda será proyectada con los tres escenarios; optimista, moderado y pesimista, considerando la tasa de crecimiento poblacional del 1.52% a 5 años.

Tabla 21: Proyección de la demanda.

	Población Real	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
OPTIMISTA	50865	51638	52422	53218	54026	54847
MODERADO	16955	17212	14473	17738	18007	18280
PESIMISTA	6782	6885	6989	7095	7202	7311

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación propia.

3.7.4. COMPORTAMIENTO DE LA OFERTA

a. Situación actual

Para (Bedoya M. , 2005) la oferta “es la cantidad de bienes o servicios que un cierto número de oferentes (productores) está dispuesto a poner a disposición del mercado a un precio determinado”.

Según el Ministerio de Turismo, en Ecuador existen 1154 agencias de viajes, de las cuales el 80.2% están concentradas en 9 ciudades, donde resalta

Quito con el 36.0% y Guayaquil con el 21.3%, deduciendo que la mayoría de agencias de viajes se encuentran en los distritos metropolitanos del Ecuador.

Ahora analizando los catastros provinciales del Ministerio de Turismo, en el Carchi solo se encuentra registrada una agencia operadora, por lo que la provincia no cuenta con empresas turísticas que oferten paquetes turísticos exclusivos para la población del Carchi.

b. Series estadísticas básicas

A continuación se detalló el número de agencias de viajes registradas en el catastro del Ministerio de Turismo en la provincia del Carchi, durante 5 años anteriores.

Tabla 22: Agencias de viajes en la provincia del Carchi.

AÑO	NUMERO DE AGENCIAS	NOMBRE
2010	1	Citef Touring
2011	1	Citef Touring
2012	1	Citef Touring
2013	1	Citef Touring
2014	0	

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Ministerio de Turismo

c. Estimación de la oferta actual

Actualmente por no contar con agencias de viajes que operen dentro de la provincia del Carchi, no se tiene ningún tipo de oferta en cuanto a paquetes turísticos se refiere, obligando a que la población se desplace organizando sus viajes por su propia cuenta.

3.8. Prueba de hipótesis.

VERIFICACIÓN DE LA HIPÓTESIS CHI CUADRADO

1. Planteamiento de la Hipótesis

a) Modelo Lógico

Ho: Los paquetes turísticos no inciden en la creación de una operadora turística.

H1: Los paquetes turísticos si inciden en la creación de una operadora turística.

b) Modelo matemático: Donde O = frecuencias observadas y E = frecuencias esperadas.

$$O = E$$

$$O \neq E$$

c) Modelo estadístico: Chi cuadrado es igual a la sumatoria de las frecuencias observadas menos las frecuencias esperadas elevado al cuadrado y todo esto dividido para las frecuencias esperadas.

$$x^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

2. Nivel de significación: Para la presente investigación se trabajó con un nivel de confianza del 95% y un margen de error del 0.05.

α 0,05 95% de confianza.

3. Zona de rechazo de la Hipótesis nula (H0)

C= Columns

F= Filas

Gl=Grados de libertad

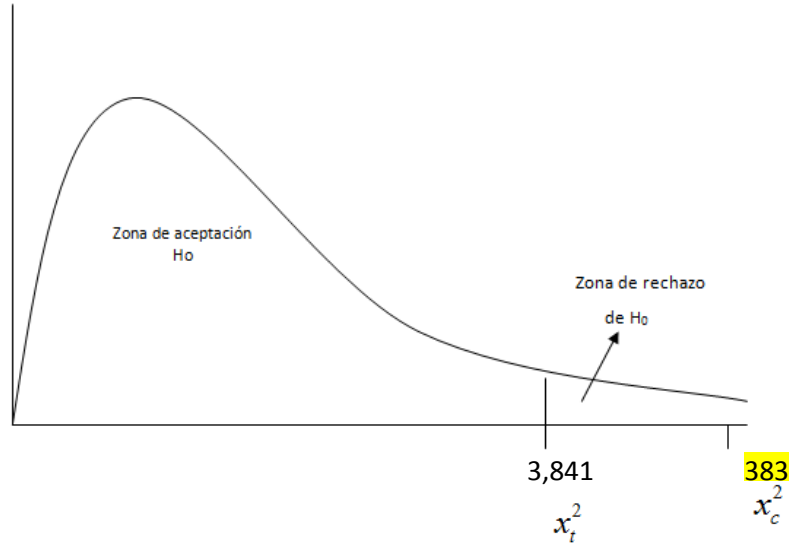
x_i^2 = Chi cuadrado de la tabla.

x_c^2 = Chi cuadrado calculado.

C	2
F	1
Gl	1

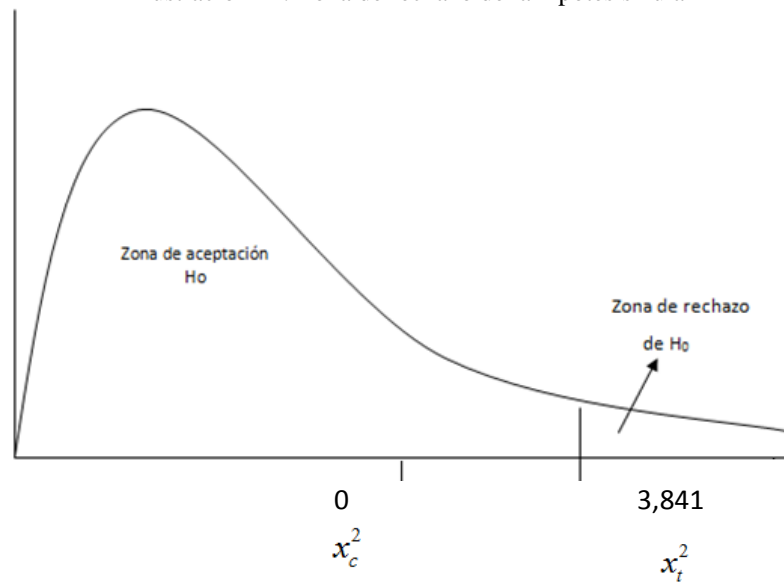
x_i^2	3.841
x_c^2	383

Ilustración 13: Zona de rechazo de la hipótesis nula.



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)
Fuente: Investigación Propia

Ilustración 14: Zona de rechazo de la hipótesis nula



Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)
Fuente: Investigación Propia

4. Regla de decisión

Se rechaza la H_0 : Si $x_c^2 > 3,841$

HIPÓTESIS **RECHAZAR**

5. Cálculo del estadístico

Tabla 23: Frecuencias obtenidas

VARIABLES		OPERADORA TURÍSTICA		TOTAL
		SI	NO	
Paquetes Turísticos	SI	380	0	380
	NO	0	3	3
TOTAL		380	3	383

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Tabla 24: Frecuencias esperadas

VARIABLES		OPERADORA TURÍSTICA		TOTAL
		SI	NO	
Paquetes Turísticos	SI	377.02	2.98	380.00
	NO	2.98	0.02	3.00
TOTAL		380.00	3.00	383.00

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

Tabla 25: Aplicación de la fórmula

O	E	$\frac{(O-E)^2}{E}$
380	377.02	0.02
0	2.98	2.98
0	2.98	2.98
3	0.02	377.02
	Σ	383.00

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia

6. Decisión estadística

Como el valor de Chi calculado es de 383, por lo tanto se rechaza la hipótesis nula y se acepta la hipótesis alternativa que dice "Los paquetes turísticos si inciden en la creación de una operadora turística".

PRUEBA Z PARA PROPORCIONES

Hipótesis: Por lo menos con el 99% de probabilidad, probar que los paquetes turísticos inciden en la creación de una operadora turística de una muestra de 383 turistas, 380 confirman esta aseveración.

1. Planteamiento de la hipótesis

a) Modelo lógico

Ho: Por lo menos con el 99% los paquetes turísticos inciden en la creación de una operadora turística.

H1: Por lo menos con el 99% los paquetes turísticos no inciden en la creación de una operadora turística.

b) Modelo matemático.

Ho: $P \geq 99\%$

H1: $P < 99\%$

c) Modelo estadístico

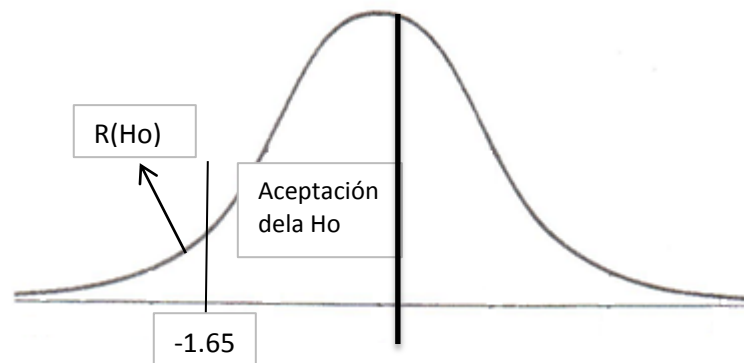
$$Z_c = \frac{n_1 - n_o p}{\sqrt{n_o p q}}$$

2. Nivel de significación.

α 95% Confiabilidad

3. Zona de rechazo de la hipótesis nula (Ho)

Ilustración 15: Zona de rechazo de la hipótesis nula.



$$z_c = 1.65$$

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)
Fuente: Investigación Propia

4. Regla de decisión

Se rechaza R (Ho) si Z_c es $< a -1.65$

5. Cálculo del estadístico

$$Z_c = \frac{n_1 - n_o p}{\sqrt{n_o p q}}$$

n ₁	380
N _o	383
P	0,99
Q	0,01
Z _c	0,42624678

6. Decisión estadística

En vista que el valor de Z_c es de 0,42624678 y se encuentra en la zona de aceptación de la hipótesis nula, por lo tanto se confirma que: "Por lo menos con el 99% los paquetes turísticos inciden en la creación de una operadora turística".

IV. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

4.1. CONCLUSIONES.

- La demanda en la provincia del Carchi de acuerdo a la preferencia de consumo corresponde a: ecoturismo, turismo de sol y playa, turismo de aventura y turismo comunitario, siendo este último de ejecución únicamente en la provincia del Carchi, mientras que los restantes corresponden a nivel nacional.
- Los demandantes de la provincia del Carchi disponen de 2 a 3 días para viajar.
- El rubro promedio que destinan los consumidores es de \$17,50 dólares diarios, tanto para transporte como alojamiento, mientras que para alimentación es de \$10,50 dólares.
- Los estudios demuestran que existe una demanda de 16.955 personas, de las cuales se captará el 11% que corresponde a 1865 personas que harían uso de los servicios de la operadora turística anualmente.
- Existe una demanda insatisfecha de consumidores locales que desean realizar actividades turísticas dentro y fuera de la provincia, además señalan la necesidad de la creación de una operadora turística la misma que elabore, organice, venda y ejecute paquetes turísticos hacia los diferentes destinos a nivel provincial y nacional.

4.2. RECOMENDACIONES.

- Es necesario ofertar diferentes paquetes turísticos teniendo en cuenta las preferencias de consumo en cuanto a la tipología de turismo: ecoturismo, turismo de sol y playa, turismo de aventura y turismo comunitario.
- Al momento de diseñar los paquetes turísticos es necesario tomar en cuenta la disponibilidad de tiempo de los clientes potenciales.
- Los paquetes turísticos deben estar acorde al rubro promedio que destinan por día los clientes potenciales, con el fin que tengan acceso a los mismos.
- Se debe considerar estudios con el fin de que la operadora esté en la capacidad de cumplir con el porcentaje de cobertura planteado.
- Finalmente se recomienda implementar la operadora turística en la provincia del Carchi, para que se oferte diferentes paquetes turísticos dentro y fuera de la provincia, con el fin de generar mayor demanda y por ende rentabilidad para la empresa.

V. PROPUESTA.

5.1. TÍTULO.

Diseño de la operadora turística para la provincia del Carchi

5.2. ANTECEDENTES DE LA PROPUESTA.

El Ecuador está considerado como un país con un enorme potencial turístico, lo que motiva a que la población nacional y extranjera se desplace a visitar el sinnúmero de atractivos turísticos naturales, culturales e históricos que se encuentran situados en todo el territorio ecuatoriano, por esta razón, es indispensable que existan empresas dedicadas a la organización de los viajes de todos los turistas que recorren el país; es por eso que pretende crear una operadora turística en la provincia del Carchi, de tal manera que se dedique a la venta de paquetes turísticos locales y nacionales para cubrir con la demanda de los visitantes.

Ante la situación planteada, es indispensable determinar cuáles son los paquetes turísticos que demanda la población del Carchi, para que sea posible la creación de la operadora turística, por lo tanto se utilizó indicadores para la elaboración de una encuesta que se aplicó a la población del Carchi donde se obtuvo los siguientes resultados:

La población de la provincia del Carchi, considera que los servicios primordiales dentro de un paquete turístico son el transporte, alimentación y alojamiento, pasando a un segundo plano los servicios complementarios.

Por otro lado es importante establecer el tiempo de disponibilidad de las personas para realizar actividades turísticas; resultando que en la provincia del Carchi la población en su mayoría dispone de 2 a 3 días para dedicar a dichas actividades.

También es necesario tener en cuenta un promedio de precios que la población estaría dispuesta a pagar por los diferentes servicios, tanto es así que se determinó que la población del Carchi está dispuesta a pagar por servicios de transporte un promedio de \$ 17.50 por día, mientras que por el servicio de alimentación están dispuestos a pagar un promedio de \$ 10.50 por día y finalmente por el servicio de alojamiento están dispuestos a pagar un promedio de \$17.50 por noche.

A esto se le suma la preferencia del tipo de turismo que a la población le gusta realizar, enfocándolo desde el aspecto local hasta el nacional, es así que en el Carchi, la población está dispuesta a realizar ecoturismo, turismo comunitario y turismo de aventura, mientras que a nivel nacional se destaca el turismo de sol y playa, turismo de aventura y ecoturismo.

Finalmente es sustancial saber dónde se debería ubicar la operadora turística, por lo que la población ha manifestado que la ciudad de Tulcán es idónea para que funcione la operadora. Cabe agregar que la población está totalmente de acuerdo en un 99% con que se implemente una operadora turística en la provincia del Carchi y les gustaría que la operadora elabore, organice, opere y venda paquetes turísticos.

Todos estos aspectos, se tomarán en cuenta para el diseño de los paquetes turísticos que permitirán la creación de la operadora turística.

5.3. JUSTIFICACIÓN.

La propuesta que se plantea, cuyo interés es brindar los servicios de organización de viajes a través de la venta de paquetes turísticos por parte de la operadora turística, hacia destinos locales y nacionales para la población de la provincia del Carchi, es importante porque logrará crear beneficios económicos, y aportar al desarrollo turístico de la provincia del Carchi, así como también a la promoción nacional de los atractivos turísticos tanto de la provincia como del país.

En este mismo orden la propuesta es factible bibliográficamente, por tener sustento científico basado en libros, tesis, artículos, publicaciones y demás documentos que aprueban los procesos ejecutados para el diseño de paquetes turísticos y la operadora turística.

Significa entonces que la propuesta técnicamente es factible, porque se basa en la investigación antes efectuada, y los conocimientos teóricos, de tal manera que permite el diseño de los paquetes turísticos y la operadora turística.

5.4. OBJETIVOS.

5.4.1. Objetivo General

- Estructurar la operadora turística en la provincia del Carchi, para brindar el servicio de organización de viajes a través de la venta de paquetes turísticos.

5.4.2. Objetivos Específicos.

- Fundamentar científicamente la propuesta.
- Determinar los requerimientos técnicos y legales para la estructuración de la operadora turística.
- Diseñar los paquetes turísticos que demanda la población del Carchi.
- Evaluar económicamente la propuesta.

5.5. FUNDAMENTACIÓN.

Para realizar la propuesta, se tomó principalmente la información recolectada en el capítulo 3, y se adaptó el esquema que propone (Posso, 2011, pág. 217) para estructurar una empresa, que es el siguiente:

1. Macro localización.
2. Micro localización.
3. Nombre de la empresa.
4. Propuesta administrativa.
Objetivos de la empresa.
 - Misión
 - Visión
 - Políticas
 - Organigrama funcional
 - Manual de funciones
5. Propuesta operativa:
 - Diagrama de procesos
6. Infraestructura:
 - Infraestructura (distribución física de la oficina o empresa)
7. Propuesta de comercialización (estrategias de plaza, precio, producto y promoción)
8. Propuesta legal.

Además para el diseño de los paquetes turísticos se tomó en cuenta la metodología de (Chan N. , 2011) donde establece que:

Para el diseño de circuitos, “se debe verificar su localización en el mapa correspondiente y establecer distancias entre ellos, por último se fijarán los puntos de partida y de finalización del circuito”. (pág. 117)

“Una vez diseñado el circuito se pasa a la segunda fase de la programación que es la confección del itinerario y armado del paquete propiamente dicho. En esta fase el programador viste el andamiaje que presenta el itinerario con las prestaciones que correspondan a cada etapa del viaje”. (pág. 126)

En ese mismo sentido para el armado de paquetes, Chan (2011) determina:

“La estructuración del itinerario: es en esta fase donde se otorga un ordenamiento secuencial y lógico a la prestación de los servicios, actividades y visitas a atractivos puntuales”. (pág. 128)

Por lo tanto se adaptó el siguiente esquema:

1. Nombre del paquete.
2. Duración del paquete.
3. Inventario de atractivos.
4. Diseño de la ruta.
5. Cuadro de distancias.
6. Datos técnicos.
7. Simbología vial.
8. Simbología turística.
9. Inventario vial.
10. Diseño del circuito.
11. Itinerario.
12. Costos.

5.6. MODELO OPERATIVO DE LA PROPUESTA.

1. Macro localización.

Tomando en cuenta la pregunta que se realizó en la encuesta para la preferencia de ubicación de la operadora turística, se determinó que la ciudad de Tulcán es donde se debería ubicar dicha empresa.

Una vez determinado la ciudad procederemos a establecer el sector de la ciudad donde se deberían ubicar las oficinas de la operadora turística, a través del siguiente análisis.

Tabla 26: Macro localización

MACRO LOCALIZACIÓN MÉTODO CUALITATIVO POR PUNTOS							
Factor Relevante	Peso Asignado	NORTE		CENTRO		SUR	
		Calific.	Ponderación	Calific.	Ponderación	Calific.	Ponderación
Sector Comercial	0,30	8	2,40	10	3,00	8	2,40
Proximidad al mercado	0,15	7	1,05	9	1,35	8	1,20
Transporte	0,15	8	1,20	9	1,35	8	1,20
Servicios Básicos	0,12	9	1,08	9	1,08	9	1,08
Infraestructura existente	0,13	7	0,91	8	1,04	7	0,91
Facial acceso	0,15	9	1,35	9	1,35	9	1,35
TOTAL	1,00		7,99		9,17		8,14

Según (Reascos, 2010) y adaptado por: Urbano, Jorge (2015)

Se han determinado algunos factores importantes para la ubicación, a los mismos que se les ha dado una calificación según la ubicación; sea norte, centro o sur. La ponderación resulta de multiplicar la el peso asignado por la calificación.

Este análisis sugiere que la operadora turística deber estar ubicada en el centro de la ciudad de Tulcán.

2. Micro localización.

Considerando que en la macro localización el resultado fue que la operadora se debe ubicar en el centro de la ciudad de Tulcán, se tomará las calles más comerciales, que son la calle Bolívar, entre Pichincha y 10 de Agosto, Edificio Colonial.

3. Nombre de la empresa.

OPERADORA TURÍSTICA NORTOURS

Ilustración 16: Logotipo operadora.



NORTOURS

Donde cada viaje es una experiencia única!!!

Se tomó el nombre NORTOURS en base a los siguientes aspectos, primeramente porque al revisar si ya existía el mencionado nombre en los registros del Ministerio de Turismo, se constató que era un nombre nuevo y original. Además como sugerencia de los funcionarios de dicha institución se dijo que ya no se utilice ningún termino relacionado a empresas turísticas ya existentes y el último aspecto tomado en cuenta fue porque la operadora funcionará en el norte del país, mientras que por otro lado se dedicará a llevar turistas de la provincia para visitar el resto del país, entonces de ahí surge la idea de que la operadora se llame NORTOURS

Finalmente el slogan *Donde cada viaje es una experiencia única!!!* se propuso porque esa es una meta de la operadora turística que el viajero viva experiencias y momentos únicos en cada uno de los recorridos.

4. Propuesta administrativa:

4.1. Objetivos de la empresa

4.1.1. Objetivo General

- Elaborar, organizar, operar y vender paquetes turísticos, con atención personalizada y efectiva, de tal manera que pueda satisfacer las necesidades turísticas de la población de la provincia del Carchi.

4.1.2. Objetivos Específicos

- Brindar el servicio de asesoramiento en viajes.
- Facilitar el servicio de transporte seguro y cómodo para los turistas.

- Proporcionar el mejor servicio de alojamiento y alimentación para los turistas.
- Ofrecer las mejores actividades recreativas y atractivos turísticos de la provincia del Carchi y del país.
- Contribuir a la promoción nacional de atractivos turísticos nacionales.

4.2. Misión

Brindar servicios de esparcimiento y recreación, superando las expectativas de los clientes locales y nacionales ofertando servicios de calidad, ayudando a minimizar los impactos medioambientales y promocionando los atractivos turísticos del Ecuador, logrando la satisfacción plena de los clientes.

4.3. Visión

Al 2020 ser una operadora turística confiable y comprometida con los clientes, brindando experiencias únicas en cada uno de los viajes, y aportar al desarrollo turístico de la provincia del Carchi.

4.4. Políticas de recursos humanos

- Capacitar al personal periódicamente en temas turísticos.
- Socializar los cambios de leyes y reglamentos al personal con el fin de mantenerlos actualizados.
- Brindar los recursos y materiales necesarios para el buen desarrollo de sus funciones.

4.5. Políticas de compra para proveedores

- Seleccionar proveedores que cumplan con las expectativas y requerimientos de la operadora.
- Permanecer en contacto con los proveedores.

- Mantener los estándares de calidad establecidos en la operadora.
- Establecer condiciones de pago y descuentos con los proveedores.
- Cumplir con las fechas, tiempos establecidos para las órdenes de compras.

4.6. Políticas de Venta

- Establecer relaciones comerciales con diferentes empresas de turismo.
- Negociar los servicios que se oferta sin perjudicar a la empresa ni al comprador.
- Cumplir con todas las condiciones establecidas al momento de la compra.

4.7. Políticas de reservación

- Las reservaciones serán realizadas por vía telefónica o e-mail, al correo de la operadora, esto no significa tener confirmado el cupo.
- La respuesta a las reservaciones serán dadas hasta 24 horas después de la petición.
- La confirmación de las reservaciones se realizará vía e-mail.
- Para la reservación del cupo el cliente debe cancelar el 50% del precio del paquete 15 antes de la fecha de salida, y el 50% restante un día antes de la fecha de salida.

4.8. Políticas de pago

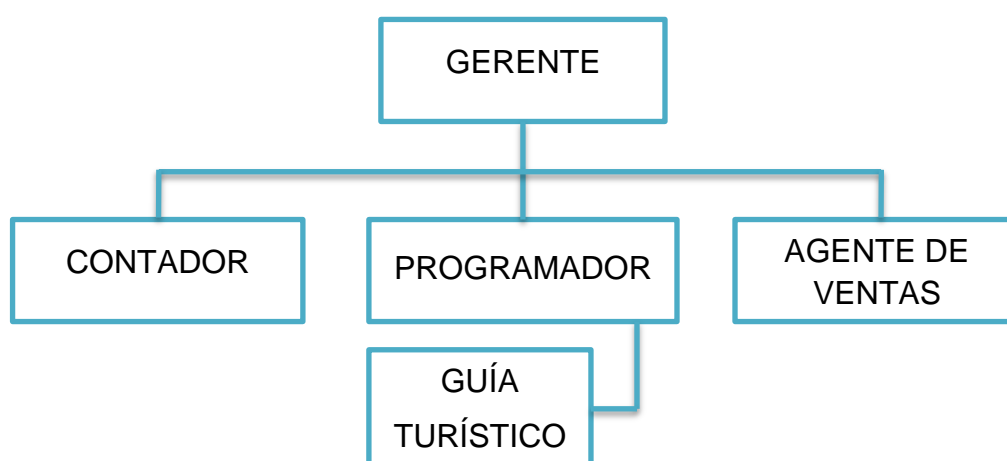
Para el pago de los servicios que brinda la operadora, debe ser en dólar americano y mediante deposito a cuenta bancaria o en efectivo.

4.9. Políticas de reembolso

En caso de cancelación del viaje, el 30% del primer anticipo no será reembolsable, ya que será considerado para gastos administrativos de la operadora; únicamente se devolverá el 20% restante.

4.10. Organigrama Funcional

Ilustración 17: Organigrama funcional.



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

4.11. Manual de funciones

Tabla 27: Funciones Gerente

Nombre del cargo: Gerente	Proceso: Direccionamiento estratégico
Nivel organizacional: 1. Junta de Accionistas 2. Gerente	Nivel: Directivo
Naturaleza del cargo:	Dirigir, planear y controlar la operadora con el propósito que se cumpla la misión, visión, política y objetivos de la calidad, los estatutos de la empresa y la satisfacción del cliente.
Educación:	Título profesional en administración de empresas turísticas.
Experiencia:	Mínimo un (1) año en cargos con funciones similares
Competencias generales:	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación *Capacidad de liderazgo • Compromiso de la organización *Conocimiento laboral • Orientación de resultados *Toma de decisiones
Competencias específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Intervenir en los contratos y acuerdos firmados por la operadora. • Suscribir documentos y obligaciones que le competan a la operadora. • Nombrar personal de la operadora. • Designar poderes especiales a otros miembros de la operadora. • Manejar movimientos bancarios, cuentas y todo tipo de documentos bancarios. • Presentar el informe anual a la Junta General de Socios sobre el desempeño de la operadora y demás.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 28: Funciones Contador

Nombre del cargo: Contador	Proceso: Gestión Financiera
Nivel organizacional: 1. Junta de Accionistas 2. Gerente 3. Contador	Nivel: Técnico
Naturaleza del cargo:	Ejecutar el proceso contable, controlando las operaciones con el fin de que se realice una contabilidad acorde y subsanar todas las responsabilidades fiscales y tributarias de todos los entes de control.
Educación:	Título profesional en contabilidad
Experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos con funciones similares
Competencias generales:	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación • Capacidad de liderazgo • Compromiso de la organización • Conocimiento laboral • Orientación de resultados • Toma de decisiones
Competencias específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Dirigir el desarrollo y operaciones de un sistema de contabilidad. • Formular recomendaciones para nuevas inversiones. • Controlar presupuestos. • Presentar información contable necesaria para la administración de la operadora y la requerida por la ley. • Guiar al Gerente en aspectos económicos. • Presentar presupuestos de la operadora. • Cuidar que los presupuestos y los resultados sean analizados para tomar medidas correctivas. • Tener libros y registros exigidos por la ley siempre actualizados. • Cuidar que todos los impuestos y contribuciones exigidas por la ley sean canceladas. • Coordinar para la adquisición y suministro de todos los equipos y materiales necesarios para el desempeño de la operadora.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 29: Funciones Agente de Ventas

Nombre del cargo: Agente de ventas	Proceso: Gestión Comercial
Nivel organizacional: 1. Junta de Accionistas 2. Gerente 3. Programador	Nivel: Técnico
Naturaleza del cargo:	Comercializar los servicios de la operadora, mantener los clientes actuales e incorporar nuevos clientes.
Educación:	Título profesional en carreras administrativas o afines
Experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos con funciones similares
Competencias generales:	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación • Capacidad de liderazgo • Compromiso de la organización • Conocimiento laboral • Orientación de resultados • Toma de decisiones
Competencias específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Vender los paquetes turísticos ofertados por la operadora. • Consignar los valores de las ventas hasta el cierre de la cuenta. • Ofertar y promocionar los paquetes turísticos a los clientes. • Consignar las cuentas o paquetes vendidos a la operadora. • Desarrollar políticas de ventas para la empresa. • Realizar actividades relacionadas con reservas. • Asistir con la información necesaria a los clientes.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 30: Funciones Programador

Nombre del cargo: Programador	Proceso: Gestión Comercial
Nivel organizacional: 1. Junta de Accionistas 2. Gerente 3. Agente de Ventas	Nivel: Técnico
Naturaleza del cargo:	Estructurar paquetes turísticos que permitan ofertar un servicio diversificado.
Educación:	Título profesional en turismo
Experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos con funciones similares
Competencias generales:	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación • Capacidad de liderazgo • Compromiso de la organización • Conocimiento laboral • Orientación de resultados • Toma de decisiones
Competencias específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Planificar y programar todos los paquetes y servicios turísticos que se oferten por la operadora. • Establecer presupuestos y fijar precios a los paquetes y servicios turísticos. • Contratar y coordinar los servicios de transporte, alojamiento, alimentación, guianza y demás exigidos por los clientes para los paquetes turísticos. • Supervisar las actividades que desarrolla el personal operativo.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 31: Funciones Guía turístico

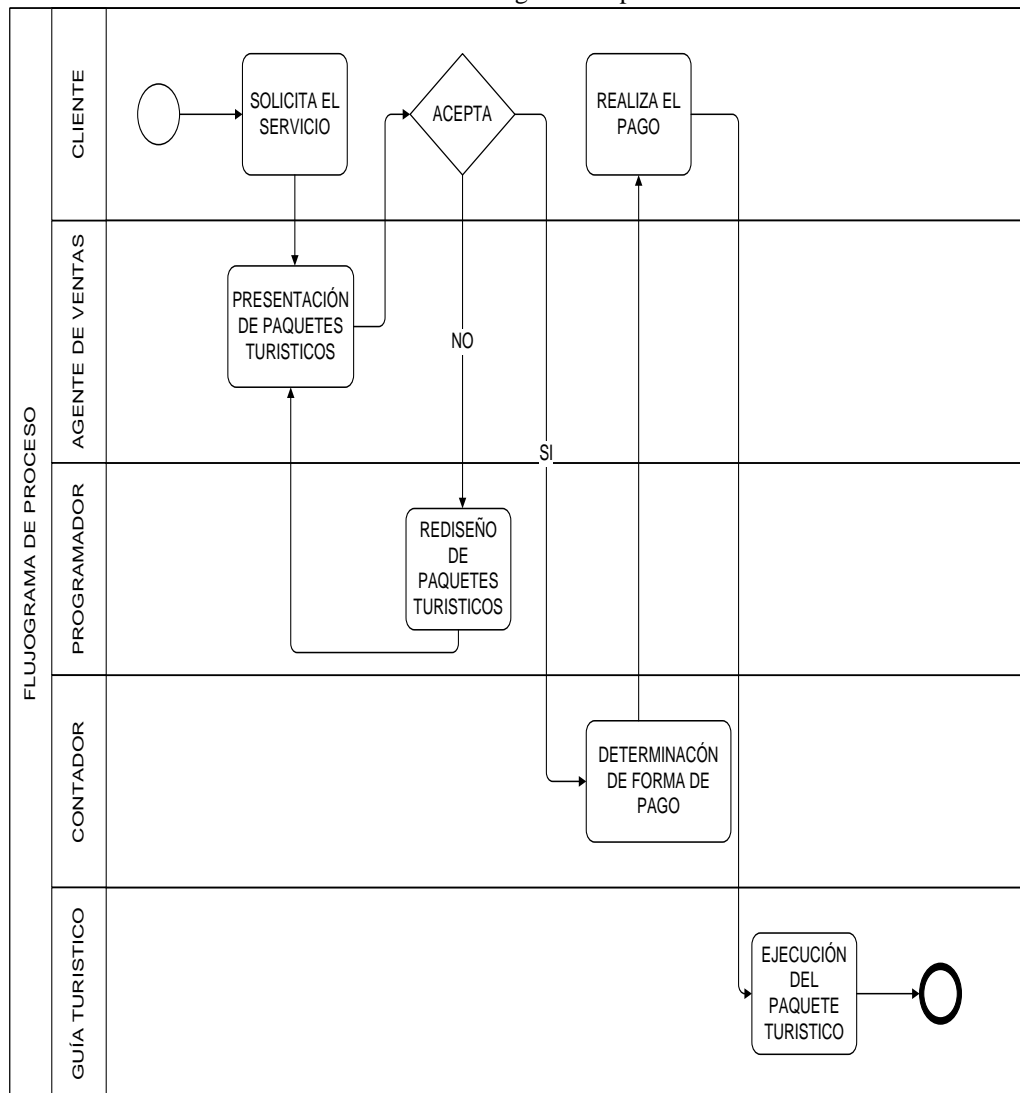
Nombre del cargo: Guía turístico	Proceso: Gestión Comercial
Nivel organizacional: 1. Junta de Accionistas 2. Gerente 3. Programador 4. Guía turístico.	Nivel: Técnico
Naturaleza del cargo:	Ejecutar los paquetes turísticos en compañía de los clientes.
Educación:	<ul style="list-style-type: none"> • Acreditación de guía a nivel nacional. • Acreditado con licencia.
Experiencia:	Mínimo dos (2) años en cargos con funciones similares
Competencias generales:	<ul style="list-style-type: none"> • Planeación • Capacidad de liderazgo • Compromiso de la organización • Conocimiento laboral • Orientación de resultados • Toma de decisiones
Competencias específicas:	<ul style="list-style-type: none"> • Conocer a profundidad las características de los paquetes y demás servicios ofertados por la operadora. • Mantenerse actualizado sobre aspectos generales de rutas, circuitos, atractivos y demás sitios ofertados en los paquetes por la operadora. • Hacerse cargo del grupo asignado para realizar un recorrido. • Velar por la seguridad e integridad de cada una de las personas del grupo asignado. • Presentar un informe detallado de cada una de las salidas.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

5. Propuesta operativa:

a. Diagrama de procesos

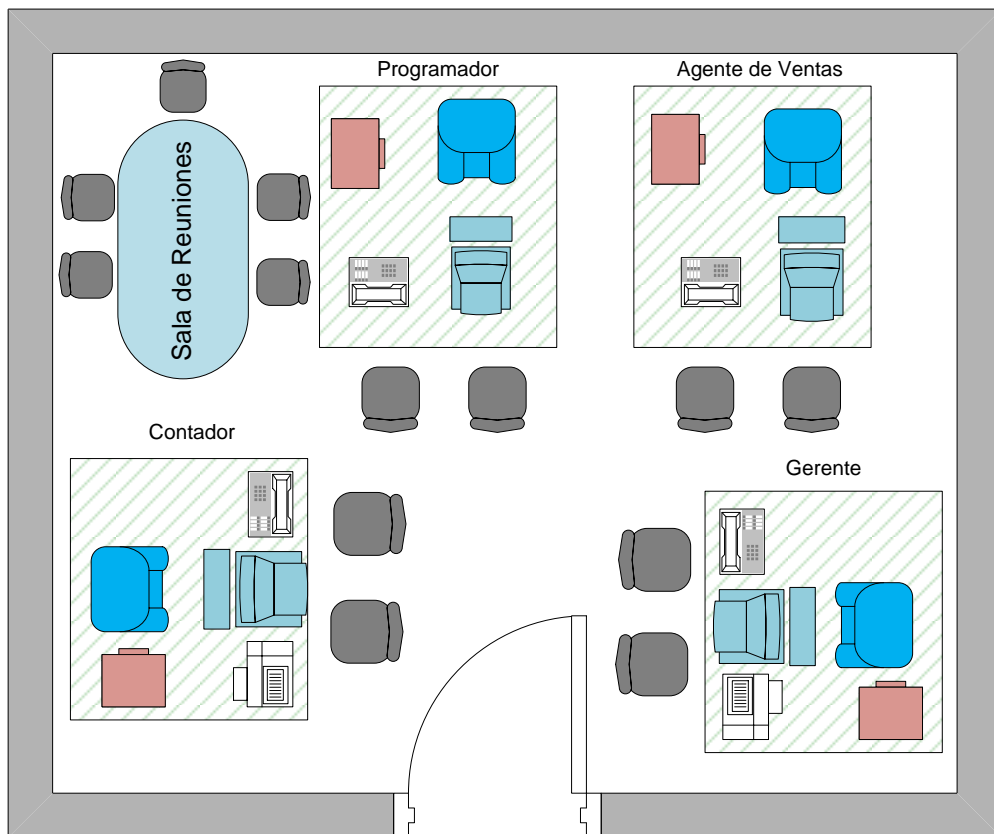
Ilustración 18: Diagrama de procesos.



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

6. Infraestructura

Ilustración 19: Distribución física de la oficina.



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

7. Propuesta de comercialización.

a) Estrategias del servicio

Tabla 32: Estrategias de servicio

Servicio	Descripción	Tipo de turismo	Servicios complementarios	Atención al cliente	Beneficios
Turismo	Comercialización de paquetes turísticos en Ecuador	Turismo de sol y playa Turismo de aventura Ecoturismo Turismo comunitario	Guianza Seguros de vida Asesoramiento e información	Servicio todo incluido. Medición de nivel de satisfacción postventa	Reducción de costos en servicio integral y asesoramiento gratuito,

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Se resume el tipo de servicio y sus características fundamentales para el servicio que se generará para este proyecto, el mismo establece además:

- Servicio todo incluido
 - Transporte
 - Alojamiento
 - Alimentación
 - Guianza
 - Seguro de vida
- Comercialización de paquetes turísticos en Ecuador
 - Turismo de sol y playa: a nivel nacional
 - Turismo de aventura: a nivel nacional
 - Ecoturismo: a nivel nacional
 - Turismo comunitario: a nivel provincial (Carchi)

Tabla 33: Paquetes turísticos para la provincia del Carchi.

PAQUETES TURÍSTICOS PROVINCIA DEL CARCHI		
TIPO DE TURISMO	DESTINO	NOMBRE PAQUETE
Ecoturismo	Reserva ecológica El Ángel	Descubriendo las entrañas del páramo El Ángel.
Turismo comunitario	Chilmá Bajo	Compartiendo aventuras con la comunidad.
Turismo de aventura	Gualchán	La aventura te espera en Gualchán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Tabla 34: Paquetes turísticos a nivel nacional.

PAQUETES TURÍSTICOS A NIVEL NACIONAL		
TIPO DE TURISMO	DESTINO	NOMBRE PAQUETE
De sol y playa	Ruta del Spondylus	Recreación, descanso y relajación.
	Manta - Pto. López – Montañita	Sol, playa y diversión
	Atacames	Si buscas diversión, Atacames es lo mejor.
Turismo de aventura	Baños de Agua Santa	Aventura extrema en Baños.
	Mindo	Aventura extrema en Mindo.
	Ibarra	Aventura extrema en Ibarra.
Ecoturismo	Reserva de producción faunística El Cuyabeno	Tranquilidad y descanso en el Cuyabeno.
	Reserva biológica Limoncocha	Descubre y explora las maravillas de Limoncocha.
	Reserva ecológica El Ángel	Viviendo en a las entrañas del páramo El Ángel

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

El conjunto de acciones encaminadas a prestar el servicio de turismo de involucra una serie de operaciones necesarias para alcanzar los objetivos propuestos, desde ubicar e identificar clientes potenciales hasta la contratación del servicio.

b) Estrategia de precio

El precio de los paquetes turísticos de la operadora estará sustentado de acuerdo a los costos de transporte, alojamiento, alimentación, tiempo, entre otros; ofreciendo un servicio integral para el turista y que resulte beneficioso.

Tabla 35: Estrategias de precio

NOMBRE PAQUETE	PRECIO
Descubriendo las entrañas del páramo El Ángel.	\$142,24
Compartiendo aventuras con la comunidad.	\$80,65
La aventura te espera en Gualchán.	\$80,65
Recreación, descanso y relajación.	\$158,12
Sol, playa y diversión	\$328,93
Si buscas diversión, Atacames es lo mejor.	\$169,55
Aventura extrema en Baños.	\$240,67
Aventura extrema en Mindo.	\$133,35
Aventura extrema en Ibarra.	\$178,44
Tranquilidad y descanso en el Cuyabeno.	\$177,17
Descubre y explora las maravillas de Limoncocha.	\$135,26
Viviendo en las entrañas del páramo El Ángel	\$142,24

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Este precio tiene definido un margen de utilidad para la operadora, sin embargo se ha pensado en bienestar de cliente ofreciendo un servicio todo incluido.

c) Estrategia de distribución (Plaza)

Venta directa de los servicios, la operadora cuenta con personal capacitado que contacta telefónicamente al potencial cliente para obtener una cita donde se le da a conocer los paquetes turísticos hasta realizar la cotización (para captar por primera vez), posterior por correo, video llamada, entre otros.

d) Estrategia de promoción

Tabla 36: Estrategias de promoción.

Estrategia	Frecuencia	Precio
Diseño de página web	Una sola vez	\$100,00
Material publicitario	Anual	\$200,00

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Adicionalmente se utilizará lo referente a Mailing, es decir, envío de correos electrónicos a los clientes con información referente a los paquetes turísticos, volantes, listas de precios, cotizaciones, propuestas, entre otros, que no representan un valor monetario significativo para la operadora.

8. Constitución legal.

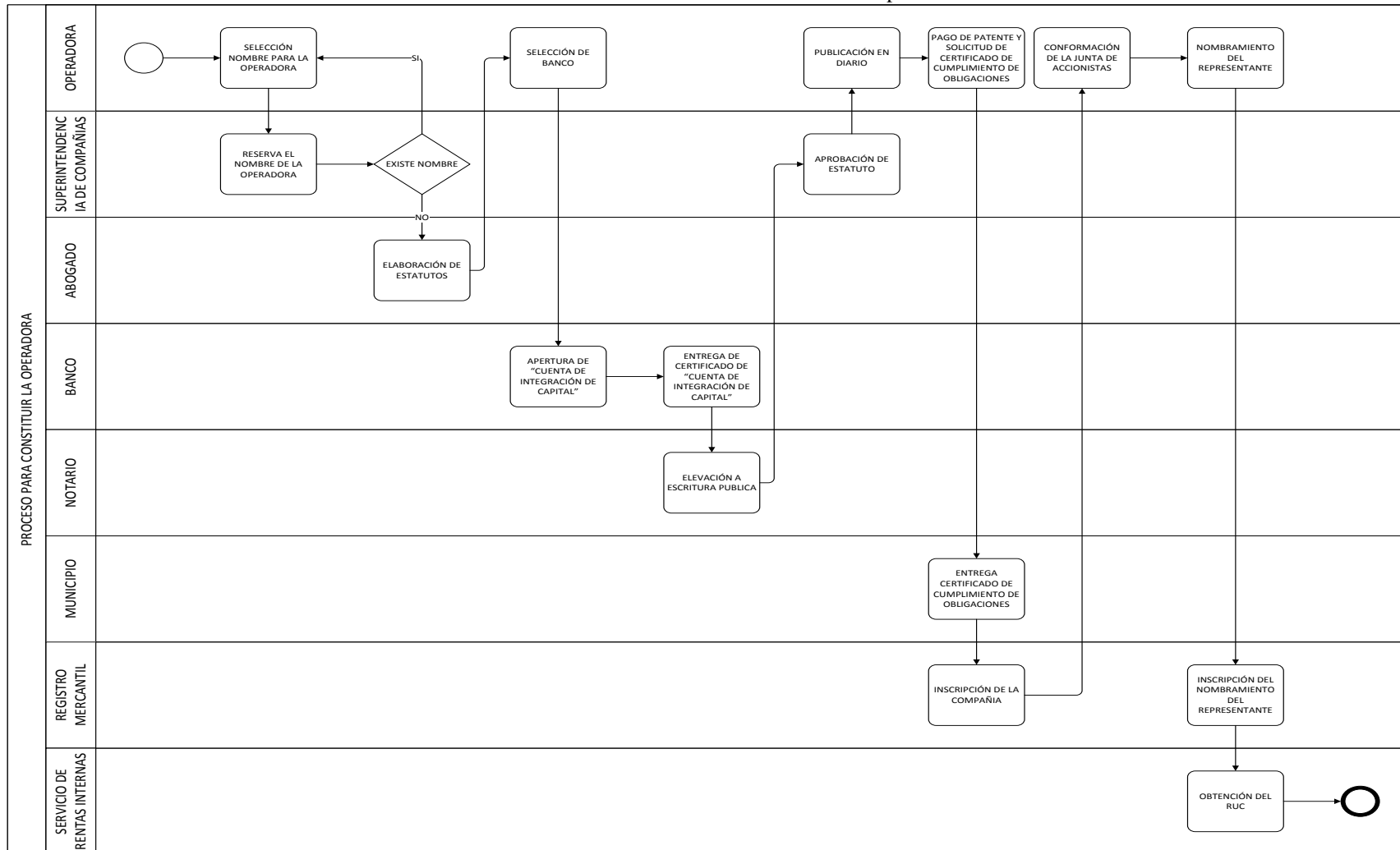
La Ley de Compañías en su Art. 2 establece que hay 5 especies de compañías de comercio, que son:

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

Por lo tanto se determinó que la operadora será una Compañía de responsabilidad limitada, principalmente porque pueden asociarse todo tipo de personas jurídicas y naturales, excepto los bancos, las compañías de seguros, capitalización y ahorro, las compañías anónimas extranjeras, las corporaciones eclesiásticas, los religiosos, los clérigos, los quebrados que no hayan obtenido rehabilitación y los funcionarios públicos de alto nivel señalados en el Art. 266 del Código Penal, para su constitución se requiere un valor de \$400 dólares, para asociarse se necesita de un mínimo de 2 socios y un máximo de 15, el capital está dividido en participaciones, las decisiones no las toma una sola persona sino más bien es decisión unánime de todos los socios, el fondo de reserva es el 5% de las utilidades anuales hasta completar el 20% del capital. (Ver Anexo II)

8.1. Proceso para constituir la empresa.

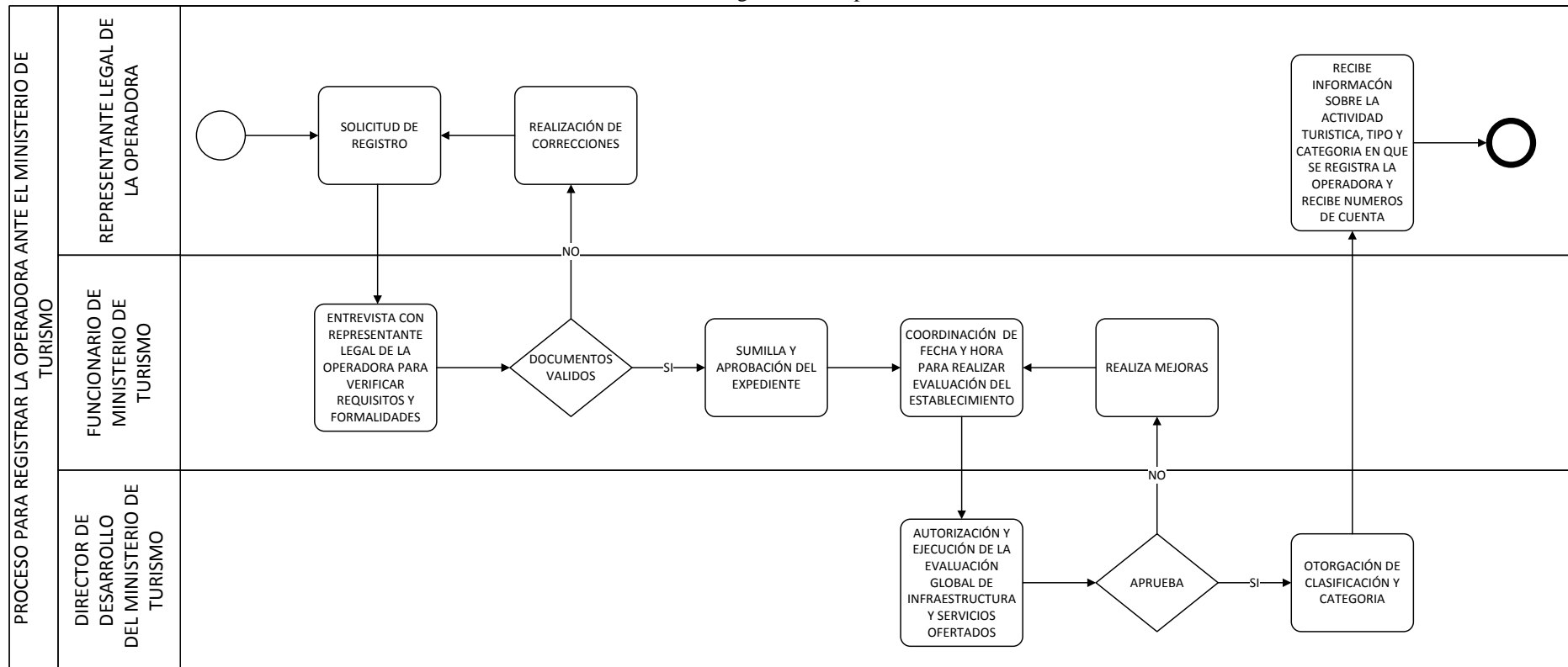
Ilustración 20: Proceso constitución empresa



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

8.2. Proceso de registro de la operadora en el Ministerio de Turismo.

Ilustración 21: Proceso registro de la operadora en el MINTUR



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Valor del registro:

Según la tabla de cobros: Registro - LUAF

Tabla 37: Costo tabla LUAF

ACTIVIDAD TURÍSTICA: Agencias de Viajes y Turismo	
Mayorista	\$ 424.80
Internacional	\$ 283.20
Operadoras	\$ 141.60
Dualidad	\$ 424.80

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Fuente: Tabla de cobros - LUAF

Tiempo estimado de entrega:

Quince días laborables

(Ver Anexo III y IV)

**9. DESCRIPCIÓN DE LOS SERVICIOS DE LA OPERADORA
NORTOURS**

PROVINCIA DEL CARCHI

Tipo de turismo: Ecoturismo

Paquete 1.- “Viviendo en las entrañas del páramo El Ángel”

2D – 1N

OBJETIVO

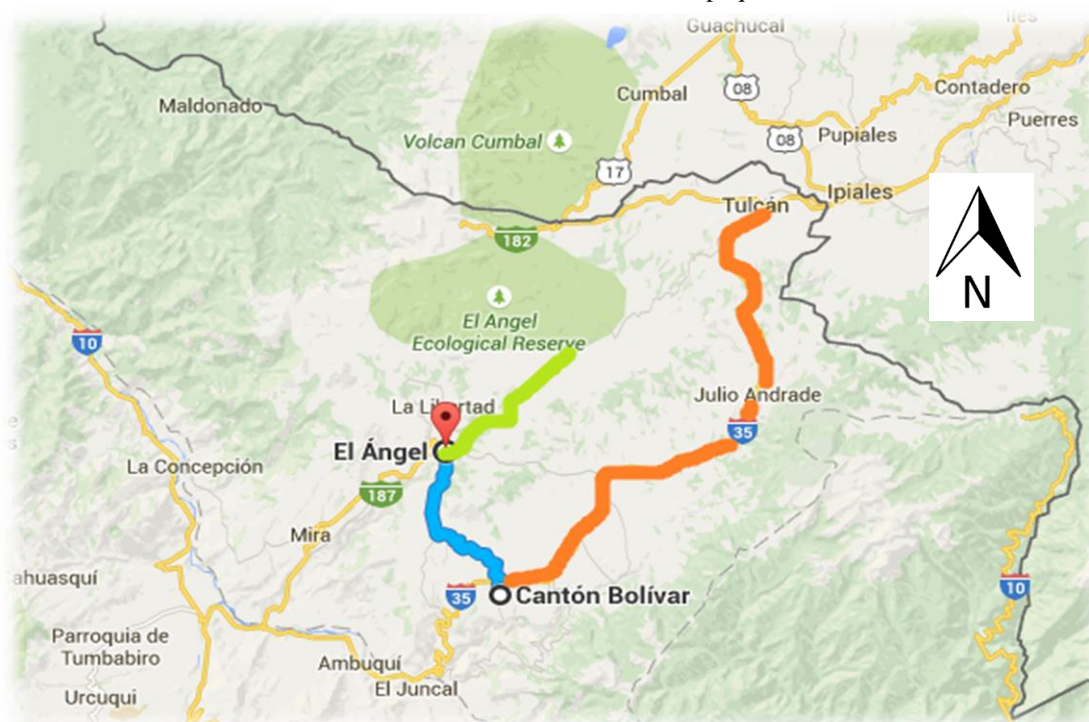
- Visitar la reserva ecológica El Ángel (REEA) para recorrer sus senderos y disfrutar de sus bellezas paisajísticas.

ATRATIVOS

- Reserva ecológica El Ángel.
- Sendero autoguiado “El Voladero”.
- Mirador “Corazones Sanos”.
- Bosque Polylepis.

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 22: Diseño de la ruta paquete 1



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 38: Cuadro de distancias paquete 1

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Bolívar	61
Bolívar	El Ángel	18
El Ángel	Reserva ecológica El Ángel	29
TOTAL		108

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 39: Datos técnicos paquete 1- Día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>“Descubriendo las entrañas del páramo”</i>
RUTA	½
CLIMA	5°C a 11°C
KILOMETRAJE	108 Km
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 Días - 1 Noche

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)




Tabla 40: Datos técnicos paquete 1- Día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>“Descubriendo las entrañas del páramo”</i>
RUTA	2/2
CLIMA	5°C a 11°C
KILOMETRAJE	108 Km
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 Días - 1 Noche

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL




Tabla 41: Simbología vial paquete 1








SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Arterial Bolívar – El Ángel	Bueno
	LASTRADA	Colectora El Ángel – REEA	Regular

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 42: Simbología turística paquete 1

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Área protegida
	Observación de fauna
	Observación de flora

	Sendero
	Mirador
	Bosque
	Lago – Laguna
	Caminata
	Alojamiento
	Restaurante

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 43: Inventario vial paquete 1

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Panamericana Norte	Tulcán	Bolívar	61		Primer orden -Buen estado
Arterial Bolívar – El Ángel	Bolívar	El Ángel	18		Primer orden - Buen estado
Colectora El Ángel – REEA	El Ángel	REEA	29	Reserva ecológica El Ángel. Sendero autoguiado “El Voladero”. Mirador “Corazones Sanos”. Bosque Polylepis.	Tercer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DEL CIRCUITO

Tabla 44: Diseño del circuito paquete 1

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANSPORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán. Bolívar El Ángel REEA Bosque de Polylepis	07H00 A 20H00	108	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Concentración del grupo. Traslado a la REEA. Break. Recorrido por el sendero autoguiado “El Voladero”. Ascenso al mirador de “Corazones Sanos”. Descenso al refugio de la REEA. Almuerzo. Tarde recreativa. Break. Caminata nocturna. Merienda. Pernoctar.
2		08H00 A 15H00	108	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Desayuno Caminata por el páramo. Almuerzo. Retorno la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO

DÍA 1

Concentración del grupo, para trasladarse a la reserva ecológica El Ángel, break, se realizará el recorrido por el sendero autoguiado “El Voladero” y el ascenso al mirador de “Corazones Sanos”, luego se descenderá al refugio de la REEA, almuerzo, se realiza el check in y posteriormente se tendrá preparado una tarde recreativa, break, y en horas de la noche se realizará una caminata por el bosque de Polylepis, merienda y finalmente pernoctar.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno, para después realizar la caminata por el páramo, se retorna a las cabañas para el almuerzo y finalmente se realiza el check out para retornar la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 45: Costos paquete 1

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	TOTAL
TRANSPORTE			
Bus	17.50	17.50	35.00
ALIMENTACIÓN			
Desayuno	-----	3.50	3.50
Break	3.50	-----	3.50
Almuerzo	3.50	3.50	7.00
Break	3.50	-----	3.50
Merienda	3.50	-----	3.50
ALOJAMIENTO			
Lodgee	50.00	-----	50.00
GUIANZA	3.00	3.00	6.00
SUBTOTAL	84.50	27.50	112.00
12% IVA			13.44
10% SERVICIO			11.20
5% EXTRAS			5.60
TOTAL			142.24

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tipo de turismo: Turismo de aventura

Paquete 2.- “Compartiendo aventuras con la comunidad”

2D – 1N

OBJETIVO

- Visitar la comunidad de Chilmá Bajo, perteneciente al cantón Tulcán, provincia del Carchi para compartir con la comunidad y disfrutar de sus recursos naturales.

ATRATIVOS

- Lagunas verdes.
- Volcán Chiles.
- Páramo de frailejones.
- Petroglifos.
- Bohíos
- Fincas agrícolas.

DISEÑO DE LA RTUTA

Ilustración 23: Diseño de la ruta paquete 2



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 46: Cuadro de distancias paquete 2

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Tufiño	20
Tufiño	Chilmá Bajo	46
TOTAL		66

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 47: Datos técnicos paquete 2 - día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>“Compartiendo aventuras con la comunidad”</i>
RUTA	1/2
CLIMA	5°C a 15°C
KILOMETRAJE	108 Km
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 Días - 1 Noche

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)



Tabla 48: Datos técnicos paquete 2 - día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>“Compartiendo aventuras con la comunidad”</i>
RUTA	2/2
CLIMA	5°C a 15°C
KILOMETRAJE	108 Km
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 Días - 1 Noche

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL

Tabla 49: Simbología vial paquete 2

SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Colectora Tulcán - Tufiño	Bueno
	LASTRADA	Colectora Tufiño – Chilmá Bajo	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 50: Simbología turística paquete 2

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Observación de aves
	Observación de flora
	Sendero
	Volcán

	Bosque
	Lago – Laguna
	Petroglifo
	Caminata
	Paseo a caballo
	Alojamiento
	Restaurante

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 51: Inventario vial paquete 2

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Colectora Tulcán - Tufiño	Tulcán	Tufiño	20		Segundo orden Buen estado
Colectora Tufiño – Chilmá Bajo	Tufiño	Chilmá Bajo	46	Lagunas verdes. Volcán Chiles. Páramo de frailejones. Petroglifos. Bohíos Fincas agrícolas.	Tercer orden Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DEL CIRCUITO

Tabla 52: Diseño del circuito paquete 2

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANSPORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Tufiño Chilmá Bajo	07H00 A 20H00	66	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Concentración del grupo. Traslado con destino a la comunidad de Chilmá Bajo. Paso por las lagunas verdes y volcán Chiles. Check in. Recorrido por los bohíos y petroglifos de la zona. Almuerzo. Tarde recreativa. Break. Merienda. Pernoctar.
2	Tulcán Tufiño Chilmá Bajo	08H00 A 15H00	66	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Desayuno. Visita a los cultivos de productos orgánicos. Paseo a caballo. Almuerzo. Check out. Retorno a la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO

DÍA 1

Concentración del grupo, para proceder al traslado con destino a la comunidad de Chilmá Bajo, pasando por las lagunas verdes y volcán Chiles, para posteriormente arribar a la comunidad y realizar el check in. Luego se realizará un recorrido por los bohíos y petroglifos de la zona, seguido de esto el almuerzo. En horas de la tarde se realizará actividades recreativas con un intermedio para un break y finalmente se merendará y se pernoctará.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno, se visitará los cultivos de productos orgánicos en las fincas, queda opcional el paseo a caballo, se sirve el almuerzo y finalmente se retornará a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 53: Costos paquete 2

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	TOTAL
TRANSPORTE			
Bus	17.50	17.50	35.00
ALIMENTACIÓN			
Desayuno	-----	3.50	3.50
Almuerzo	3.50	3.50	7.00
Break	3.50	-----	3.50
Merienda	3.50	-----	3.50
ALOJAMIENTO			
Albergue Turístico	5.00	-----	5.00
GUIANZA	3.00	3.00	6.00
SUBTOTAL	36.00	27.50	63.50
12% IVA			7.62
10% SERVICIO			6.35
5% EXTRAS			3.17
TOTAL			80.64

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tipo de turismo: Turismo de aventura

Paquete 3.- “La aventura te espera en Gualchán”

2D – 1N

OBJETIVO

- Visitar la comunidad de Gualchán, perteneciente al cantón Espejo, provincia del Carchi para disfrutar de sus recursos naturales.

ATRATIVOS

- Cascada Chorro Blanco.
- Cascada la Cabina.
- Cascada los Camachos.

- Cascada Orquídea Bella.
- Cascada San José
- Cascada Santa Rosa.
- Río Blanco.

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 24: Diseño de la ruta paquete 3



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 54: Cuadro de distancias paquete 3

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Salinas	109
Salinas	El Limonal	45
El Limonal	Gualchán	30
TOTAL		184

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 55: Datos técnicos paquete 3 - día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>“La aventura te espera en Gualchán”</i>
RUTA	1 / 2
CLIMA	7°C a 16°C
KILOMETRAJE	184 Km
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 Días - 1 Noche

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)




Tabla 56: Datos técnicos paquete 3 - día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>“La aventura te espera en Gualchán”</i>
RUTA	2/2
CLIMA	5°C a 16°C
KILOMETRAJE	184 Km
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 Días - 1 Noche

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL

Tabla 57: Simbología vial paquete 3



SIMBOLOGIA	TIPO	NOMBRE DE LA VIA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Ibarra – San Lorenzo	Bueno
	LASTRADA	El Limonal – Gualchán	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 58: Simbología turística paquete 3

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Observación de aves
	Observación de flora
	Sendero
	Bosque
	Cascada
	Caminata

	Alojamiento
	Restaurante

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 59: Inventario vial paquete 3

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Panamericana Norte	Tulcán	Salinas	109		Primer orden Buen estado
Ibarra – San Lorenzo	Salinas	El Limonal	45		Segundo orden Buen estado
El Limonal – Gualchán	El Limonal	Gualchán	30	Cascada Chorro Blanco. Cascada la Cabina. Cascada los Camachos. Cascada Orquídea Bella. Cascada San José Cascada Santa Rosa. Rio Blanco.	Tercer orden Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DEL CIRCUITO

Tabla 60: Diseño del circuito paquete 3

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANSPORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Salinas Gualchán	05H00 A 20H00	184	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Concentración del grupo. Traslado con destino a la comunidad de Gualchán. Check in. Break. Recorrido por las cascadas. Almuerzo. Continúa el recorrido por las cascadas. Break. Recreación en el río. Merienda. Pernoctar.
2	Gualchán Salinas Tulcán	08H00 A 14H00	184	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Desayuno. Caminata hacia la cascada Chorro Blanco. Almuerzo. Check out. Retorno a la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO

DÍA 1

Concentración del grupo para trasladarse con destino a la comunidad de Gualchán, posteriormente del arribo se realizará el check in, seguido de un break, para luego realizar en recorrido por las primeras 3 cascadas, donde se podrá observar los hermosos paisajes naturales y refrescarse en las aguas cristalinas de las cascadas, se retornara a Gualchán para almorzar, y se continúa el recorrido por las últimas 2 cascadas conjuntamente con un break y se finaliza la tarde con una recreación en el rio, luego en horas de la noche se toma la merienda y los turistas se retiran a pernoctar.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno, para hacer una caminata hacia la cascada Chorro Banco, se retorna para el almuerzo y se realiza el check out para finalmente retornar a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 61: Costos paquete 3

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	TOTAL
TRANSPORTE			
Bus	17.50	17.50	35.00
ALIMENTACIÓN			
Desayuno	-----	3.50	3.50
Almuerzo	3.50	3.50	7.00
Break	3.50	-----	3.50
Merienda	3.50	-----	3.50
ALOJAMIENTO			
Hostal	5.00	-----	5.00
GUIANZA	3.00	3.00	6.00
SUBTOTAL	36.00	27.50	63.50
12% IVA			7.62
10% SERVICIO			6.35
5% EXTRAS			3.17
TOTAL			80.64

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

PAQUETES TURÍSTICOS A NIVEL NACIONAL

Tipo de turismo: Turismo de sol y playa

Paquete 4.- “Recreación, descanso y relajación “

3D - 2N

OBJETIVO.-

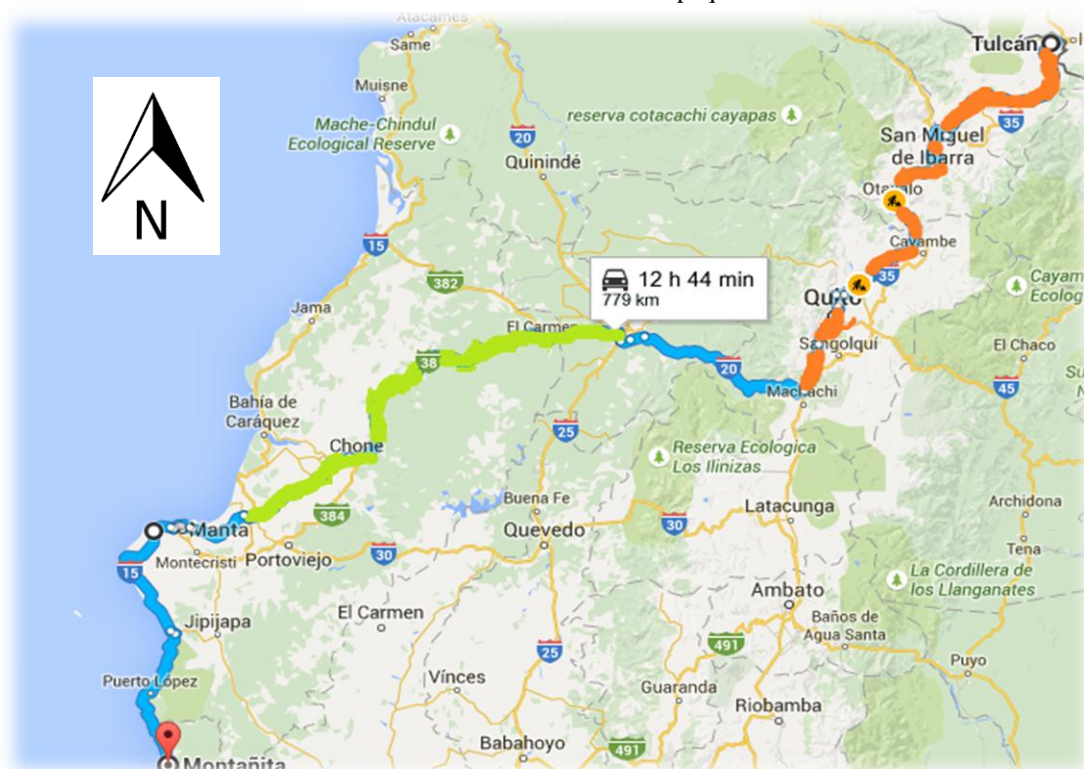
- Recorrer las playas de la ruta Manta, Pto. López y Montañita disfrutando de sus costumbres, tradiciones y gastronomía.

ATRATIVOS.

- Manta
- Montecristi
- El Astillero.
- Playa Murciélago
- Puerto Marítimo de Manta
- Pto. López
- Los Frailes
- Sendero los frailes
- Comunidad Agua Blanca
- Playas de Montañita
- Acuario Valdivia

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 25: Diseño de la ruta paquete 4



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 62: Cuadro de distancias paquete 4

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Manta	634
Manta	Pto. López	111
Pto. López	Montañita	44
TOTAL		789

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 63: Datos técnicos paquete 4- día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Recreación, descanso y relajación ...!!!</i>
RUTA	1/3
CLIMA	11°C – 30°C
KILOMETRAJE	634 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 64: Datos técnicos paquete 4 - día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Recreación, descanso y relajación...!!!</i>
RUTA	2/3
CLIMA	22°C – 30°C
KILOMETRAJE	111Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)





Tabla 65: Datos técnicos paquete 4 - día 3

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Recreación, descanso y relajación...!!!</i>
RUTA	3/3
CLIMA	22°C – 30°C
KILOMETRAJE	44 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL

Tabla 66: Simbología vial paquete 4








SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Transversal Norte	Bueno
	ASFALTADA	Sto. Domingo – Y de Charapotó	Bueno
	ASFALTADA-HORMIGÓN	Ruta Spondylus	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 67: Simbología turística paquete 4

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Acuario
	Artesanías de la costa
	Observación de aves
	Observación de flora
	Playa

	Área protegida
	Restaurante
	Piscina
	Deportes acuáticos
	Alojamiento
	Salvavidas
	Surf
	Puerto marítimo

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 68: Inventario vial paquete 4

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRACTIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Panamericana Norte	Tulcán	Alóag	295		Primer orden - Buen estado
Transversal Norte	Alóag	Sto. Domingo	105		Primer orden - Buen estado
Sto. Domingo – Y de Charapotó	Sto. Domingo	Manta	243	Manta Montecristi El Astillero. Playa Murciélago Puerto Marítimo de Manta	Primer orden - Buen estado
Ruta Spondylus	Manta	Pto. López	111	Pto. López Los Frailes Sendero los Frailes Comunidad Agua Blanca	Primer orden - Buen estado
Ruta Spondylus	Pto. López	Montañita	44	Acuario Valdivia	Primer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DE CIRCUITO

Tabla 69: Diseño del circuito paquete 4.

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANSPORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Manta Montecristi	00H00 A 20h00	634	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Concentración del grupo. Salida con destino a Manta. Desayuno. Check In. Visita a Montecristi – Ciudad Alfaro. Almuerzo. Visita a El Astillero. Recorrido por el Pto. Marítimo de Manta. Recreación en playa el Murciélagos. Merienda. Visita al paseo Shopping Centro Comercial (opcional). Pernoctar.
2	Pto. López Los Frailes Comunidad Agua Blanca	08h00 A 20h00	292	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Desayuno. Check out. Traslado a Pto. López. Check In. Visita a la playa de Los Frailes. Recorrido por el sendero de Los Frailes. Almuerzo. Visita a la comunidad Agua Blanca. Retorno a Manta. Check out. Traslado hacia Montañita. Check In. Merienda. Noche al estilo Montañita. Pernoctar.
3	Montañita Valdivia Tulcán	08h00 A 23h00	754	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Desayuno. Visita al Acuario de Valdivia. Compra de souvenirs. Almuerzo. Check out. Retorno a la ciudad de Tulcán

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO.

DÍA 1

Concentración del grupo, en el lugar previamente establecido, salida con destino a Manta, se toma el desayuno, se realiza el check In, luego de esto

se traslada a Montecristi para realizar la visita a Ciudad Alfaro, se retorna a Manta para el almuerzo y en horas de la tarde se visita El Astillero, se realiza un recorrido por el Pto. Marítimo de Manta y se finaliza con una tarde de recreación en playa el Murciélago, se retorna al hotel para la merienda y posteriormente se visita el centro comercial Paseo Shopping (opcional) y finalmente pernoctar.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno, se realiza el check out y nos trasladaremos a Pto. López, donde se realizará el check in en el hotel y seguidamente nos trasladaremos a la playa de Los Frailes, realizando el recorrido por el sendero de Los Frailes, se retorna a Pto. López para el almuerzo y en horas de la tarde se visita la comunidad Agua Blanca, se recorre sus senderos, el museo in situ y la piscina de azufre, se retorna a Manta, se realiza el check out y nos trasladamos con destino hacia Montañita, realizamos el check in, seguido de la merienda y se podrá disfrutar de una noche al estilo Montañita y finalmente pernoctar.

DÍA 3

Se toma el desayuno, nos trasladamos a Valdivia para visitar el acuario, se retorna a Montañita, mañana libre para compra de souvenirs, se toma el almuerzo, se realiza el check out y finalmente se retorna a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 70: Costos paquete 4

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	DÍA 3	TOTAL
TRANSPORTE				
Bus	17.50	17.50	17.50	52.50
ALIMENTACIÓN				
Desayuno	3.50	3.50	3.50	10.50
Almuerzo	3.50	3.50	3.50	10.50
Merienda	3.50	3.50	-----	7.00
ALOJAMIENTO				
Albergue Turístico	17.50	17.50	-----	35.00
GUIANZA	3.00	3.00	3.00	9.00
SUBTOTAL	48.50	48.50	27.50	124.50
12% IVA				14.94
10% SERVICIO				12.45
5% EXTRAS				6.22
TOTAL				158.11

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Paquete 5.- Sol, playa y diversión

5D - 4N

OBJETIVO.-

- Recorrer las principales playas de la Ruta del Spondylus, y a la vez disfrutar de sus costumbres, tradiciones y gastronomía.

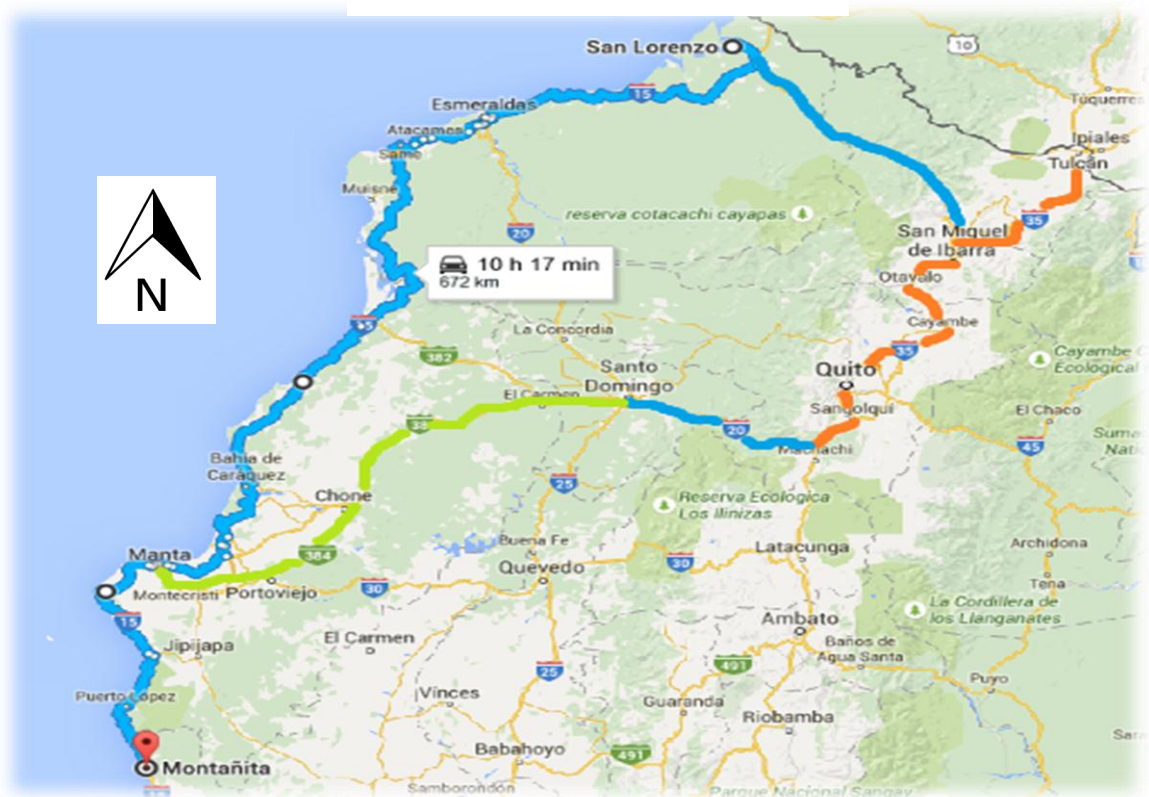
ATRATIVOS.

- Playa de Montañita
- Acuario Valdivia
- Pto. López
- Isla de la Plata
- Los Frailes
- Sendero Los Frailes
- Manta

- Montecristi
- Playa Murciélago
- Comunidad Agua Blanca
- Bahía de Caráquez
- Saiananda
- San Vicente
- Playas de Atacames.

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 26: Diseño de la ruta paquete 5



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 71: Cuadro de distancias paquete 5

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Montañita	756
Montañita	Pto López	44
Pto López	Los Frailes	13
Los Frailes	Manta	80
Manta	Atacames	347
Atacames	Tulcán	400
TOTAL		1640

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 72: Datos técnicos paquete 5 - día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Sol, Playa y Diversión</i>
RUTA	1/5
CLIMA	11°C – 30°C
KILOMETRAJE	756 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	5 DÍAS 4 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 73: Datos técnicos paquete 5 - día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Sol, Playa y Diversión</i>
RUTA	2/5
CLIMA	22°C – 30°C
KILOMETRAJE	44Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	5 DÍAS 4 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 74: Datos técnicos paquete 5 - día 3

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Sol, Playa y Diversión</i>
RUTA	3/5
CLIMA	22°C – 30°C
KILOMETRAJE	93 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	5 DÍAS 4 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 75: Datos técnicos paquete 5 - día 4

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Sol, Playa y Diversión</i>
RUTA	4/5
CLIMA	22°C – 30°C
KILOMETRAJE	347 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	5 DÍAS 4 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 76: Datos técnicos paquete 5 - día 5

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Sol, Playa y Diversión</i>
RUTA	5/5
CLIMA	22°C – 30°C
KILOMETRAJE	400 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	5 DÍAS 4 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL

Tabla 77: Simbología vial paquete 5

SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Transversal Norte	Bueno
	ASFALTADA	Sto. Domingo – Y de Charapotó	Bueno
	ASFALTADA	Chone - Pinpiguasi	Bueno
	ASFALTADA-HORMIGÓN	Ruta Spondylus	Bueno
	ASFALTADA	Transversal Fronteriza	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 78: Simbología turística paquete 5

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Restaurante
	Piscina
	Deportes acuáticos
	Alojamiento
	Salvavidas
	Snorkel
	Surf
	Puerto marítimo
	Acuario
	Artesanías de la costa

	Observación de aves
	Observación de flora
	Playa
	Observación de ballenas
	Área protegida

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 79: Inventario vial paquete 5

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Panamericana Norte	Tulcán	Alóag	295		Primer orden - Buen estado
Transversal Norte	Alóag	Sto. Domingo	105		Primer orden - Buen estado
Sto. Domingo – Y de Charapotó	Sto. Domingo	Chone	152		Primer orden - Buen estado
Chone – Pinpiguasi	Chone	Puerto Cayo	149		Primer orden - Buen estado
Ruta Spondylus	Puerto Cayo	Montañita	77		Primer orden - Buen estado
Ruta Spondylus	Montañita	Atacames	479	Playas de Montañita Acuario Valdivia Pto. López Isla de la Plata Los Frailes Sendero Los Frailes Manta Montecristi Playa Murciélago Comunidad Agua Blanca Bahía de Caráquez Saiananda San Vicente Playas de Atacames.	Primer orden - Buen estado
Transversal Fronteriza	Vía San Lorenzo	Tulcán	238		Primer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DE CIRCUITO

Tabla 80: Diseño del circuito paquete 5

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANSPORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Montañita	00H00 A 20h00	756	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Concentración del grupo. Salida con destino a Montañita. Desayuno. Check In. Visita al acuario Valdivia. Almuerzo. Tarde playera. Compra de souvenirs. Merienda. Noche al estilo Montañita. Pernoctar.
2	Montañita Pto. López Isla de la Plata	07h00 A 20h00	44	Bus Yate	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Desayuno Check out. Traslado a Pto. López. Check In. Traslado en yate Isla de la Plata. Break y recorrido por los sendero y snorkel. Observación de ballenas. (únicamente en temporada). Retorno a Pto. López. Merienda. Noche de covachas. Pernoctar.
3	Pto. López Los Frailes Agua Blanca Manta	08h00 A 20h00	99	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Desayuno Check out Visita a la playa de Los Frailes. Recorrido por el sedero de Los Frailes. Almuerzo. Visita a la comunidad Agua Blanca. Traslado hacia Manta. Check In. Merienda. Pernoctar.
4	Manta Montecristi Ciudad Alfaro Bahía de Caráquez Saiananda Atacames	08h00 A 20h00	357	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Desayuno. Check out. Traslado hacia Montecristi. Recorrido por Ciudad Alfaro. Traslado a San Vicente. Almuerzo. Visita a Saiananda. Traslado hacia Atacames. Check In. Merienda. Noche de covachas y pernoctar.
5	Atacames Tulcán	08h00 A 20h00	400	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Desayuno. Paseo en canoa. Mañana playera. Compra de souvenirs. Almuerzo y Check out. Retorno a la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO.

DÍA 1

Concentración del grupo, en el lugar previamente establecido, salida con destino a Montañita, al arribo se desayunará y se realizará el check in, luego de esto se trasladará hasta el acuario Valdivia, posterior a su visita se retorna a Montañita para el almuerzo, después se tiene una tarde playera, donde se aprovechará también para hacer la compra de souvenirs, y en horas de la noche se tomará la merienda y en seguida se podrá disfrutar de una noche al estilo Montañita y finalmente pernoctar.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno, después de realizar el check out nos dirigimos a Pto. López, hacemos el check in y seguidamente nos dirigimos al muelle para tomar un yate que nos trasladará hacia la Isla de la Plata, durante el recorrido se ofrece un break, a la llegada se realiza el recorrido por los senderos, donde se podrá observar un sinnúmero de aves y se podrá disfrutar de la belleza paisajística que ofrece la Isla, al momento de retornar se realiza snorkel para luego tomar el yate para retornar, contando con suerte se podrá observar ballenas jorobadas (únicamente en temporada), se retorna al hotel para la merienda y luego podemos visitar el malecón y disfrutar de una noche de covachas y para finalizar el día pernoctar.

DÍA 3

Iniciamos con el desayuno, se realizará el check out y nos trasladaremos a realizar la visita a la playa de Los Frailes, primeramente se hace el recorrido por el sendero de Los Frailes caminando y disfrutando de los hermosos paisajes de la costa ecuatoriana, al finalizar este recorrido, se toma el almuerzo y nos trasladaremos a la comunidad de Agua Blanca, se recorre sus senderos, el museo in situ, la piscina de azufre, seguido de esto se realiza el traslado hacia la ciudad de Manta, donde se realiza el check in e inmediatamente la merienda y finalmente pernoctar.

DÍA 4

Se inicia con el desayuno, hacemos el check out e inicia el traslado hacia Montecristi, donde haremos un recorrido por Ciudad Alfaro, luego de esto nos trasladaremos a San Vicente para tomar el almuerzo y realizar una visita a Saiananda, posteriormente nos trasladaremos hacia Atacames, realizamos el check in, tomamos la merienda y se disfrutará de una noche de covachas, finalmente pernoctar.

DÍA 5

Se inicia con el desayuno, se toma un paseo en canoa, posteriormente tenemos una mañana playera y compra de souvenirs, se toma el almuerzo y se realiza el check out para finalmente retornar a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 81: Costos paquete 5

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	DÍA 3	DÍA 4	DÍA 5	TOTAL
TRANSPORTE						
Bus	17.50	17.50	17.50	17.50	17.50	87.50
Yate	-----	35.00	-----	-----	-----	35.00
Canoa	-----	-----	-----	-----	3.00	3.00
ALIMENTACIÓN						
Desayuno	3.50	3.50	3.50	3.50	3.50	17.50
Almuerzo	3.50	-----	3.50	3.50	3.50	14.00
Merienda	3.50	3.50	3.50	3.50	-----	14.00
ALOJAMIENTO						
Hotel	17.50	17.50	17.50	17.50	-----	70.00
GUIANZA	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
Entradas	3.00	-----	-----	-----	-----	3.00
SUBTOTAL	51.50	80.00	48.50	48.50	30.50	259.00
12% IVA						31.08
10% SERVICIO						25.90
5% EXTRAS						12.95
TOTAL						328.93

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Paquete 6.- “Si buscas diversión, Atacames es lo mejor”...!!!

3D - 2N

OBJETIVO.-

- Recorrer las playas de Atacames pertenecientes a la Ruta del Spondylus, y disfrutar de las costumbres, tradiciones y gastronomía de la costa ecuatoriana.

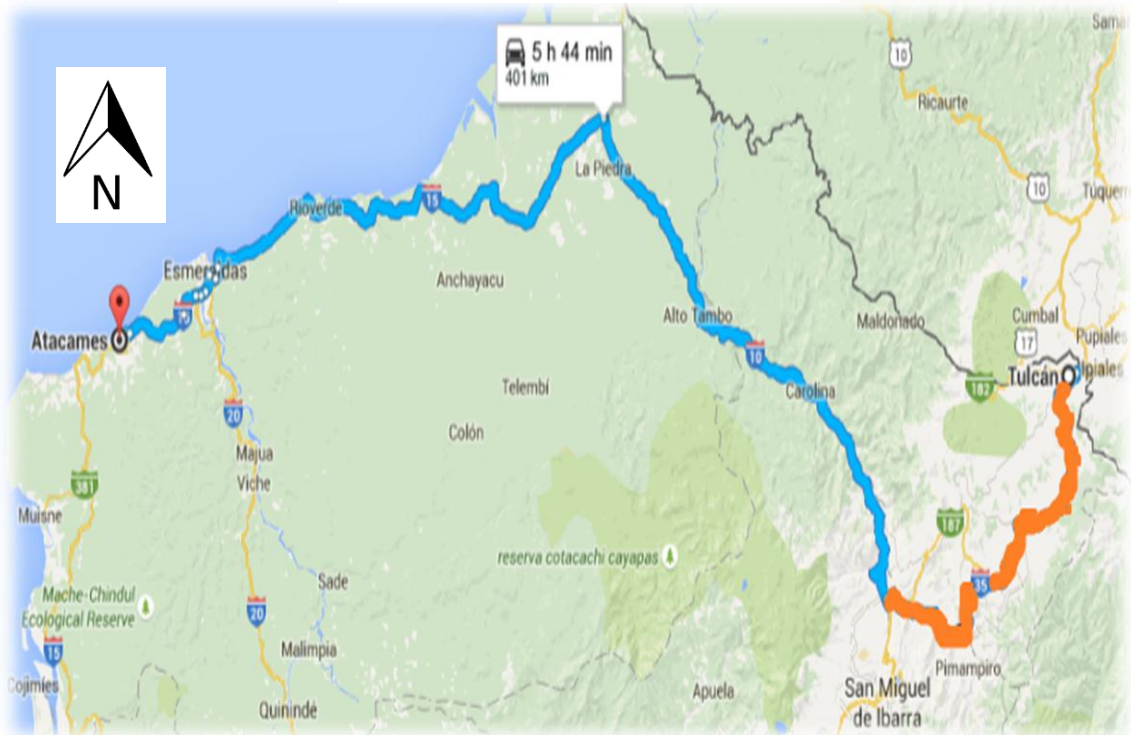
ATRATIVOS.

- Atacames.
- Playas de Atacames
- Acuario de Atacames.

- Tonsupa.
- Súa.
- Cueva del amor.
- Isla de Los Pájaros.
- Muisne.
- Isla Bonita.

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 27: Diseño de la ruta paquete 6



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 82: Cuadro de distancias paquete 6

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Atacames	400
Atacames	Súa	5
Atacames	Muisne	59
TOTAL		464

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 83: Datos técnicos paquete 6 - día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Si buscas diversión, Atacames es lo mejor...!!!</i>
RUTA	1/3
CLIMA	11°C – 30°C
KILOMETRAJE	400 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 84: Datos técnicos paquete 6 - día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Si buscas diversión, Atacames es lo mejor...!!!</i>
RUTA	2/3
CLIMA	22°C – 30°C
KILOMETRAJE	5 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)




Tabla 85: Datos técnicos paquete 6 - día 3

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Si buscas diversión, Atacames es lo mejor...!!!</i>
RUTA	3/3
CLIMA	22°C – 30°C
KILOMETRAJE	59 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL

Tabla 86: Simbología vial paquete 6

SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Transversal Fronteriza	Bueno
	ASFALTADA- HORMIGÓN	Ruta Spondylus	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 87: Simbología Turística paquete 6

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Acuario
	Artesanías de la costa

	Observación de aves acuáticas
	Vista panorámica
	Playa
	Restaurante
	Piscina
	Deportes acuáticos
	Alojamiento
	Salvavidas
	Bar

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 88: Inventario vial paquete 6

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Panamericana Norte	Tulcán	Salinas	105		Primer orden - Buen estado
Transversal Fronteriza	Salinas	Vía San Lorenzo	135		Primer orden - Buen estado
Ruta Spondylus	Vía San Lorenzo	Atacames	160	Esmeraldas Atacames Playas de Atacames Acuario de Atacames. Tonsupa Súa Cueva del amor Isla de Los Pájaros	Primer orden - Buen estado
Ruta Spondylus	Atacames	Muisne	59	Muisne Isla Bonita	Primer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DE CIRCUITO

Tabla 89: Diseño del circuito paquete 6

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANS PORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Atacames Súa	02H00 A 20h00	405	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Concentración del grupo. Salida con destino hacia Atacames. Desayuno. Check In Traslado a Súa. Visita a la cueva del amor. Visita a la Isla de Los Pájaros. Retorno a Atacames Almuerzo. Visita al acuario de Atacames. .Tarde recreativa en la playa. Merienda. Pernoctar.
2	Atacames Muisne	08h00 A 20h00	59	Bus Lancha	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Desayuno Traslado a Muisne. Traslado en bote a Isla Bonita. Recorrido por los senderos de la Isla. Almuerzo. Retorno a Atacames. Traslado a Esmeraldas. Visita al centro comercial Multiplaza. Retorno a Atacames. Merienda. Noche de covachas. Pernoctar.
3	Atacames Tulcán	08h00 A 19h00	400	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Desayuno. Mañana libre. Compra de souvenirs. Almuerzo. Check out. Retorno a la ciudad de Tulcán

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO.

DÍA 1

Concentración del grupo en el lugar previamente establecido, salida con destino hacia Atacames, se realizará el check in y se tomará el desayuno, nos trasladaremos a Súa para tomar una lancha y visitar a la cueva del amor, la Isla de Los Pájaros, retornaremos a Atacames para el almuerzo y en horas de la tarde se realizará una visita al acuario de Atacames y

seguidamente se tendrá una tarde recreativa en la playa, se toma la merienda y finalmente pernoctar.

DÍA 2

Se tomará el desayuno, luego nos trasladaremos a Muisne, donde tomaremos una lancha que nos transportará hacia Isla Bonita, realizaremos un recorrido por los senderos de la Isla, se retorna a Muisne para el almuerzo y seguidamente se realiza el regreso a Atacames, para seguidamente dirigirnos a la ciudad de Esmeraldas y visitar el centro comercial Multiplaza, luego de esto se retorna a Atacames para la merienda y nos espera una inolvidable noche de covachas, finalmente pernoctar.

DÍA 3

Se inicia con el desayuno, se dejará toda la mañana libre, donde se podrá realizar la compra de souvenirs, luego se tomará el almuerzo, realizamos el check out y finalmente retornaremos a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 90: Costos paquete 6

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	DÍA 3	TOTAL
TRANSPORTE				
Bus	17.50	17.50	17.50	52.50
Canoa	3.00	5.00	-----	8.00
ALIMENTACIÓN				
Desayuno	3.50	3.50	3.50	10.50
Almuerzo	3.50	3.50	3.50	10.50
Merienda	3.50	3.50	-----	7.00
ALOJAMIENTO				
Hotel	17.50	17.50	-----	35.00
GUIANZA				
Entradas	3.00	3.00	3.00	9.00
Entradas	1.00	-----	-----	1.00
SUBTOTAL	51.50	53.50	27.50	133.50
12% IVA				16.02
10% SERVICIO				13.35
5% EXTRAS				6.67
TOTAL				169.54

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tipo de turismo: Turismo de aventura

Paquete 7.- “Aventura extrema en Baños”...!!!

3D - 2N

OBJETIVO.-

- Visitar Baños de Agua Santa para la práctica de deportes de aventura.

ATRATIVOS.

- Baños de Agua Santa.
- Rio Pastaza.
- Puente San Francisco.
- Rio Blanco.
- Basílica de la Reina del Rosario de Agua Santa.
- Cascada Manto de la Novia.
- Cascada Pailón del Diablo.
- Cascada de Chamaná
- Termas de la Virgen
- Riobamba.
- Volcán Chimborazo
- Salinas - Salinerito

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 28: Diseño de la ruta paquete 7



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 91: Cuadro de distancias paquete 7

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Baños de Agua Santa	432
Baños	Riobamba	78
Riobamba	Volcán Chimborazo	49
Volcán Chimborazo	Salinas	58
TOTAL		617

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 92: Datos técnicos paquete 7- día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Aventura extrema en Baños...!!!</i>
RUTA	1/3
CLIMA	11°C – 20°C
KILOMETRAJE	432 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 93: Datos técnicos paquete 7 - día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Aventura extrema en Baños...!!!</i>
RUTA	2/3
CLIMA	15°C – 20°C
KILOMETRAJE	78 Km.
DURACION DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)




Tabla 94: Datos técnicos paquete 7 - día 3

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Aventura extrema en Baños...!!!</i>
RUTA	3/3
CLIMA	8°C – 15°C
KILOMETRAJE	107 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL





Tabla 95: Simbología vial paquete 7








SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Transversal Central	Bueno
	ASFALTADA	Babahoyo – Ambato	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 96: Simbología turística paquete 7

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Termas
	Área protegida
	Cascada
	Volcán

	Iglesia
	Escalada en agua
	Rafting
	Tarabita
	Restaurante
	Piscina
	Alojamiento

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 97: Inventario vial paquete 7

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Panamericana Norte	Tulcán	Baños	432	Baños de Agua Santa. Rio Pastaza. Puente San Francisco. Rio Blanco. Iglesia de la Reina del Rosario de Agua Santa. Cascada Manto de la Novia. Cascada Pailón del Diablo. Cascada de Chamaná. Termas de la Virgen	Primer orden - Buen estado
Transversal Central	Baños	Riobamba	78		Primer orden - Buen estado
Babahoyo – Ambato	Riobamba	Salinas	107	Riobamba. Volcán Chimborazo Salinas – Salinerito	Primer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DE CIRCUITO

Tabla 98: Diseño del circuito paquete 7

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANS PORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Baños	01H00 A 21h00	432	Bus	Transporte Alimentación Alojamiento Guianza	Concentración del grupo. Salida con destino a Baños. Check In Desayuno. Distribución de equipos para rafting. Traslado al río Pastaza. Instrucción sobre rafting. Inicio de recorrido - rafting. Almuerzo. Traslado al puente San Francisco o río Blanco para la práctica de puenting. Visita a la Basílica de la Reina del Rosario de Agua Santa. Merienda. Paseo nocturno en chiva. Pernoctar.
2	Baños Riobamba	08h00 A 20h00	78	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Desayuno Visita a la cascada Manto de la Novia, Pailón del Diablo. Traslado a la cascada Chamaná para realizar la práctica de canyoning. Almuerzo. Tarde recreativa en las Termas de la Virgen. Check out. Traslado a la ciudad de Riobamba. Check In. Merienda, pernoctar.
3	Riobamba Salinas	07h00 A 22h00	107	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Desayuno. Check out. Traslado hacia el volcán Chimborazo. Ascenso al segundo refugio del volcán. Traslado a Salinas de Bolívar. Almuerzo. Recorrido por las microempresas y compra de productos. Retorno a Tulcán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO.

DÍA 1

Concentración del grupo, en el lugar previamente establecido, para proceder a la salida con destino a la ciudad de Baños, a la llegada se realizará el check in y se tomará el desayuno, seguidamente se realizará la distribución de equipos para rafting y nos trasladaremos al río Pastaza, donde iniciaremos con una instrucción sobre rafting para posteriormente dar inicio al recorrido de rafting, al finalizar retornaremos al hotel para tomar el almuerzo, y en horas de la tarde nos trasladaremos al puente San Francisco y río Blanco para la práctica de puenting, finalizada esta actividad realizaremos una visita a la Basílica de la Reina del Rosario de Agua Santa, y habrá un espacio para la compra de souvenirs, en la noche se tomará la merienda y podremos disfrutar de un fascinante paseo nocturno en chiva y finalmente pernoctar.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno, luego nos trasladaremos a realizar la visita a la cascada Manto de la Novia, donde podremos cruzar el río Pastaza en una tarabita, y poder observar la caída del agua de una perspectiva única, seguidamente visitaremos la cascada del Pailón del Diablo y podremos disfrutar de un momento en el río, posteriormente nos trasladamos a la cascada Chamaná para realizar una práctica de Canyonning con alturas de 15m, 20m y 45m, se retornará al hotel para tomar el almuerzo y nos espera una tarde recreativa en las termas de la Virgen, luego realizamos el check out para trasladarnos a la ciudad de Riobamba, a la llegada se hará el check in y se procederá a tomar la merienda y finalmente pernoctar.

DÍA 3

Se da inicio con el desayuno, se realiza el check out y nos trasladaremos hacia el volcán Chimborazo, donde se realizará el ascenso hasta el segundo refugio del volcán, después del descenso nos trasladaremos a Salinas de Bolívar, se tomará el almuerzo y se realizará un recorrido por las microempresas donde se podrá comprar los productos que ahí se elaboran y finalmente en horas de la tarde retornaremos a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 99: Costos paquete 7

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	DÍA 3	TOTAL
TRANSPORTE				
Bus	17.50	17.50	17.50	52.50
Chiva	7.00	-----	-----	7.00
ALIMENTACIÓN				
Desayuno	3.50	3.50	3.50	10.50
Almuerzo	3.50	3.50	3.50	10.50
Merienda	3.50	3.50	-----	7.00
ALOJAMIENTO				
Hotel	17.50	17.50	-----	35.00
GUIANZA	3.00	3.00	3.00	9.00
Entradas	3.00	-----	-----	1.00
Rafting	20.00	-----	-----	20.00
Puenting	15.00	-----	-----	15.00
Canyonning	-----	20.00	-----	20.00
SUBTOTAL	93.50	68.50	27.50	187.50
12% IVA				22.50
10% SERVICIO				18.75
5% EXTRAS				9.37
TOTAL				238.12

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Paquete 8.- “Aventura extrema en Mindo” ...!!!

2D - 1N

OBJETIVO.-

- Visitar Mindo para practicar deportes de aventura.

ATRATIVOS.

- Mindo
- Zona de canopy
- Mariposario de Mindo
- Ruta de las cascadas.
- Tarabita.
- Rio Mindo.

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 29: Diseño de la ruta paquete 8



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 100: Cuadro de distancias paquete 8

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Mindo	331
TOTAL		331

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 101: Datos técnicos paquete 8 - día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Aventura extrema en Mindo...!!!</i>
RUTA	1/2
CLIMA	11°C – 20°C
KILOMETRAJE	331 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)



Tabla 102: Datos técnicos paquete 8 - día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Aventura extrema en Mindo...!!!</i>
RUTA	2/2
CLIMA	18°C – 20°C
KILOMETRAJE	331 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL



Tabla 103: Simbología vial paquete 8

SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Quito – La Independencia	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 104: Simbología turística paquete 8

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Área protegida
	Cascada

	Observación de aves
	Observación de flora
	Mariposario
	Sendero
	Bosque
	Escalada en agua
	Rafting
	Restaurante
	Alojamiento

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 105: Inventario vial paquete 8

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Panamericana Norte	Tulcán	Vía Tabacundo - Cajas	173		Primer orden - Buen estado
Quito - La Independencia	Vía Tabacundo - Cajas	Mindo	158	Mindo Zona de canopy Mariposario de Mindo Ruta de las Cascadas. Tarabita. Rio Mindo.	Primer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DE CIRCUITO

Tabla 106: Diseño del circuito paquete 8

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANSPORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Mindó	02H00 A 20h00	331	Bus	Transporte Alimentación Alojamiento Guianza	Concentración del grupo. Salida con destino a Mindó. Check In. Desayuno. Traslado a la zona de canopy. Recorrido por los senderos y práctica de canopy. Almuerzo. Visita al mariposario de Mindó. Tarde libre. Merienda Pernoctar.
2	Mindó Tulcán	08h00 A 20h00	331	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Desayuno Recorrido por la ruta de las cascadas. Tarabita. Almuerzo. Traslado al río Mindó. Práctica de tubing. Retorno al hotel. Check out. Retorno a la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO.

DÍA 1

Concentración del grupo en el lugar previamente establecido, salida con destino a Mindó, check in, seguidamente se tomará el desayuno, para luego trasladarnos a la zona de canopy y hacer el recorrido por los senderos y cables entre los 40m y 400m de altura, se retorna al hotel para el almuerzo y en la tarde se visita al mariposario de Mindó, se deja un espacio libre para compra de souvenirs, se toma la merienda y finalmente pernoctar.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno, se realiza el recorrido por la ruta de las cascadas., pasando por una tarabita, y retornamos para tomar el almuerzo, en la tarde

nos trasladamos al río Mindo, para hacer una práctica de tubing, retornamos al hotel, realizamos el check out y retornamos a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 107: Costos paquete 8

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	TOTAL
TRANSPORTE			
Bus	17.50	17.50	35.00
ALIMENTACIÓN			
Desayuno	3.50	3.50	7.00
Almuerzo	3.50	3.50	7.00
Merienda	3.50	-----	3.50
ALOJAMIENTO			
Hotel	17.50	-----	17.50
GUIANZA	3.00	3.00	6.00
Entradas	8.00	-----	8.00
Canopy	15.00	-----	15.00
Tubing	-----	6.00	6.00
SUBTOTAL	71.50	33.50	105.00
12% IVA			12.60
10% SERVICIO			10.50
5% EXTRAS			5.25
TOTAL			133.35

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Paquete 9.- “Aventura extrema en Ibarra”...!!!

Full Day

OBJETIVO.-

- Visitar la ciudad de Ibarra para realizar parapente y rafting.

ATRATIVOS.

- Mirador de Yuracruzito.
- Laguna de Yahuarcocha.
- Río Chota.

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 30: Diseño de la ruta paquete 9



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 108: Cuadro de distancias paquete 9

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Ibarra	130
Ibarra	Ambuquí	40
TOTAL		170

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS


Tabla 109: Datos técnicos paquete 9

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Aventura extrema en Ibarra...!!!</i>
RUTA	1/1
CLIMA	11°C – 18°C
KILOMETRAJE	170 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	Full day

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL







Tabla 110: Simbología vial paquete 9

SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 111: Simbología turística paquete 9

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Mirador
	Lago/laguna
	Parapente
	Rafting
	Restaurante
	Alojamiento

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 112: Inventario vial paquete 9

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Panamericana Norte	Tulcán	Ibarra	130	Mirador de Yuracruzito. Laguna de Yahuarcocha. Rio Chota.	Primer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DE CIRCUITO

Tabla 113: Diseño del circuito paquete 9

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANS PORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Ibarra Ambuquí	06h00 A 19h00	170	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Concentración del grupo. Salida con destino a Ibarra. Desayuno. Traslado al mirador de Yuracruzito. Calentamiento e instrucción básica. Inicio de vuelo desde el mirador hasta la laguna de Yahuarcocha. Almuerzo. Traslado al río Chota. Instrucción sobre rafting. Inicio de recorrido - rafting. Recolección de equipos. Retorno a la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

TINERARIO.

DÍA 1

Concentración del grupo en el lugar previamente establecido, salida con destino a Ibarra, desayuno, nos trasladamos al mirador de Yuracruzito, realizamos el calentamiento e instrucción básica y se da inicio al vuelo en parapente desde el mirador hasta la laguna de Yahuarcocha, posteriormente tomamos el almuerzo y nos trasladamos al río Chota, se recibe una instrucción básica sobre rafting, se inicia el recorrido, al finalizar se recoge los equipos y se retorna a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 114: Costos paquete 9

ACTIVIDADES	DÍA 1	TOTAL
TRANSPORTE		
Bus	17.50	17.50
ALIMENTACIÓN		
Desayuno	3.50	3.50
Almuerzo	3.50	3.50
Merienda	-----	-----
GUIANZA	3.00	3.00
Parapente	68.00	68.00
Rafting	45.00	45.00
SUBTOTAL	140.50	140.50
12% IVA		16.86
10% SERVICIO		14.05
5% EXTRAS		7.02
TOTAL		178.43

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tipo de turismo: Ecoturismo

Paquete 10.- “Descubre y explora las maravillas de Limoncocha”...!!!

2D - 1N

OBJETIVO.-

- Visitar la reserva biológica Limoncocha, para disfrutar de la flora y fauna amazónica.

ATRATIVOS.

- Reserva biológica Limoncocha.
- Museo arqueológico de Pompeya.
- Laguna de Limoncocha.
- Laguna Yanacocha.

- Islas y playas del río Napo.
- Sendero etnobotánico El Caimán.
- Centro de interpretación Limoncocha.

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 31: Diseño de la ruta paquete 10



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 115: Cuadro de distancias paquete 10

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Nueva Loja	230
Nueva Loja	Limoncocha	86
TOTAL		316

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 116: Datos técnicos paquete 10 – día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Descubre y explora las maravillas de Limoncocha...!!!</i>
RUTA	½
CLIMA	11°C – 28°C
KILOMETRAJE	316 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 DÍAS 1 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)



Tabla 117: Datos técnicos paquete 10 - día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Descubre y explora las maravillas de Limoncocha...!!!</i>
RUTA	2/2
CLIMA	20°C – 28°C
KILOMETRAJE	316 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 DÍAS 1 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL


Tabla 118: Simbología vial paquete 10

SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Transversal Fronteriza	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 119: Simbología turística paquete 10

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Área protegida
	Cascada
	Observación de aves
	Observación de flora
	Sendero
	Bosque
	Río navegable

	Lago/laguna
	Artesanías amazonia
	Centro de interpretación
	Excursión en selva
	Restaurante
	Alojamiento

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 120: Inventario vial paquete 10

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Transversal Fronteriza	Tulcán	Reserva biológica Limoncocha	316	Reserva biológica Limoncocha. Museo arqueológico de Pompeya. Laguna de Limoncocha. Laguna Yanacocha. Islas y playas del rio Napo. Sendero etnobotánico El Caimán. Centro de interpretación Limoncocha.	Tercer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DE CIRCUITO

Tabla 121: Diseño del circuito paquete 10

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANSPORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Reserva biológica Limoncocha	00H00 A 20h00	230	Bus Canoa	Transporte Alimentación Alojamiento Guianza	<p style="text-align: center;">Concentración del grupo. Salida con destino a Nueva Loja. Desayuno. Visita al museo arqueológico de Pompeya. Traslado hacia la reserva biológica Limoncocha. Arribo y registro de los pax. Check In. Embarque en canoa para trasladarnos a la laguna de Limoncocha y Yanacocha para observar flora y fauna acuática y silvestre. Almuerzo. Caminata por el sendero El Caimán. Tarde libre. Merienda. Pernoctar.</p>
2	Reserva biológica Limoncocha Tulcán	08h00 A 23h00	316	Bus Canoa	Transporte Alimentación Guianza	<p style="text-align: center;">Desayuno Traslado a las islas y playas del rio Napo. Recreación en el rio. Almuerzo. Visita al centro de interpretación de Limoncocha. Check out. Retorno a la ciudad de Tulcán.</p>

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO.

DÍA 1

Concentración del grupo, en el lugar previamente establecido, salida con destino a Nueva Loja, desayuno, en el trayecto visitaremos el museo arqueológico de Pompeya y continuamos hasta llegar a la reserva biológica Limoncocha, al arribo se registran los pax, se realiza el check in y nos disponemos a tomar una canoa para trasladarnos a la laguna de Limoncocha y Yanacocha para observar flora y fauna acuática y silvestre durante toda la mañana, retornamos para tomar el almuerzo y en horas de la tarde se realiza una caminata por el sendero El Caimán, se deja la tarde libre

y en la noche habrá un recorrido nocturno para observar caimanes (opcional), se toma la merienda y finalmente pernoctar.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno y nos trasladamos a las islas y playas del río Napo, tendremos una mañana de recreación en el río, retornamos para el almuerzo, luego se visita el centro de interpretación de Limoncocha, se realiza el check out y finalmente se retorna a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 122: Costos paquete 10

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	TOTAL
TRANSPORTE			
Bus	17.50	17.50	35.00
Canoa	5.00	5.00	10.00
ALIMENTACIÓN			
Desayuno	3.50	3.50	7.00
Almuerzo	3.50	3.50	7.00
Merienda	3.50	-----	3.50
ALOJAMIENTO			
Lodgee	17.50	17.50	35.00
GUIANZA	3.00	3.00	6.00
Entradas	3.00	-----	3.00
SUBTOTAL	56.50	50.00	106.50
12% IVA			12.78
10% SERVICIO			10.65
5% EXTRAS			5.32
TOTAL			135.25

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Paquete 11.- “Tranquilidad y descanso en el Cuyabeno”...!!!

3D - 2N

OBJETIVO.-

- Visitar la reserva de producción faunística Cuyabeno, para disfrutar de la naturaleza y su entorno.

ATRATIVOS.

- Reserva de producción faunística Cuyabeno.
- Puente del Cuyabeno.
- Centro de interpretación de la RPF Cuyabeno.
- Cuyabeno River Lodge.
- Complejo de lagunas.
- La Hormiga – Laguna Grande.
- Pto. Bolívar.

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 32: Diseño de la ruta paquete 11



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 123: Cuadro de distancias paquete 11

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Nueva Loja	230
Nueva Loja	Puente Cuyabeno	80
TOTAL		310

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 124: Datos técnicos paquete 11 - día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Tranquilidad y Descanso en el Cuyabeno...!!!</i>
RUTA	1/3
CLIMA	11°C – 28°C
KILOMETRAJE	230 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Tabla 125: Datos técnicos paquete 11 - día 2

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Tranquilidad y Descanso en el Cuyabeno...!!!</i>
RUTA	2/3
CLIMA	20°C – 28°C
KILOMETRAJE	0 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)



Tabla 126: Datos técnicos paquete 11 - día 3

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>Tranquilidad y Descanso en el Cuyabeno...!!!</i>
RUTA	3/3
CLIMA	20°C – 28°C
KILOMETRAJE	80 Km.
DURACIÓN DEL PAQUETE	3 DÍAS 2 NOCHES

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL













Tabla 127: Simbología vial paquete 11

SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Transversal Fronteriza	Bueno

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 128: Simbología turística paquete 11

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Área protegida
	Cascada
	Observación de aves
	Observación de flora
	Bosque
	Rio Navegable
	Lago/laguna
	Artesanías amazonia
	Centro de interpretación
	Excursión en selva
	Restaurante
	Alojamiento

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 129: Inventario vial paquete 11

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Transversal Fronteriza	Tulcán	Puente Cuyabeno	310	Reserva de producción faunística Cuyabeno. Puente del Cuyabeno. Centro de interpretación de la RPF Cuyabeno. Cuyabeno River Lodge. Complejo de lagunas. La Hormiga – Laguna Grande. Pto. Bolívar.	Tercer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DE CIRCUITO

Tabla 130: Diseño del circuito paquete 11

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANSPORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán Puente Cuyabeno	00H00 A 21h00	310	Bus Canoa	Transporte Alimentación Alojamiento Guianza	Concentración del grupo. Salida con destino a Nueva Loja. Desayuno. Traslado hacia puente Cuyabeno. Arribo y registro de los pax. Ingreso a la RPF El Cuyabeno. Embarque en canoa para trasladarnos a Cuyabeno River Lodge. Check In. Almuerzo. Caminata por el sendero del campamento. Tarde libre. Merienda. Pernoctar.
2	Cuyabeno River Lodge. Complejo de lagunas. Pto. Bolívar.	08h00 A 20h00	0	Canoa	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Desayuno Traslado al complejo de lagunas. Recreación en la laguna. Almuerzo. Traslado a Pto. Bolívar. Degustación de un plato típico de la zona. (casabe) Merienda. Pernoctar.
3	RPF Cuyabeno Tulcán	08h00 A 22h00	310	Canoa Bus	Transporte Alimentación Guianza	Desayuno. Caminata por senderos. Pesca deportiva. Remo en quilla. Check out. Almuerzo. Retorno la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO.

DÍA 1

Concentración del grupo, en el lugar previamente establecido, salida con destino a Nueva Loja, al arribo se tomará el desayuno y continuamos con el traslado hacia puente Cuyabeno, llegamos y se registra a los pax y se procede al ingreso a la reserva de producción faunística Cuyabeno, nos embarcamos en canoa y nos trasladamos a Cuyabeno River Lodge, realizamos el check in y tomamos el almuerzo, en la tarde realizamos una caminata por el sendero del campamento y se puede disfrutar de una tarde libre de adaptación, se toma la merienda y finalmente pernoctar.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno, tomamos la canoa para trasladarnos al complejo de lagunas, donde podremos disfrutar de la flora y fauna de la zona, al arribo tendremos una mañana de recreación en la laguna, el almuerzo y en horas de la tarde nos trasladamos a Pto. Bolívar, donde visitaremos la comunidad Siona y podremos degustar de un plato típico de la amazonía como es el casabe, se retorna al campamento, se toma la merienda y pernoctar.

DÍA 3

Se toma el desayuno, se realiza una caminata por senderos ecológicos, se realiza pesca deportiva, remo en quilla y luego se toma el almuerzo y se realiza el check out, para retornar a Nueva Loja y seguidamente a la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 131: Costos paquete 11

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	DÍA 3	TOTAL
TRANSPORTE				
Bus	17.50	17.50	17.50	52.50
Canoa	5.00	5.00	5.00	15.00
ALIMENTACIÓN				
Desayuno	3.50	3.50	3.50	10.50
Almuerzo	3.50	3.50	3.50	10.50
Merienda	3.50	3.50	-----	7.00
ALOJAMIENTO				
Lodgee	17.50	17.50	-----	35.00
GUIANZA	3.00	3.00	3.00	9.00
SUBTOTAL	53.50	53.50	32.50	139.50
12% IVA				16.74
10% SERVICIO				13.95
5% EXTRAS				6.97
TOTAL				177.16

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Paquete 12.- “Viviendo en las entrañas del páramo El Ángel”

2D – 1N

OBJETIVO

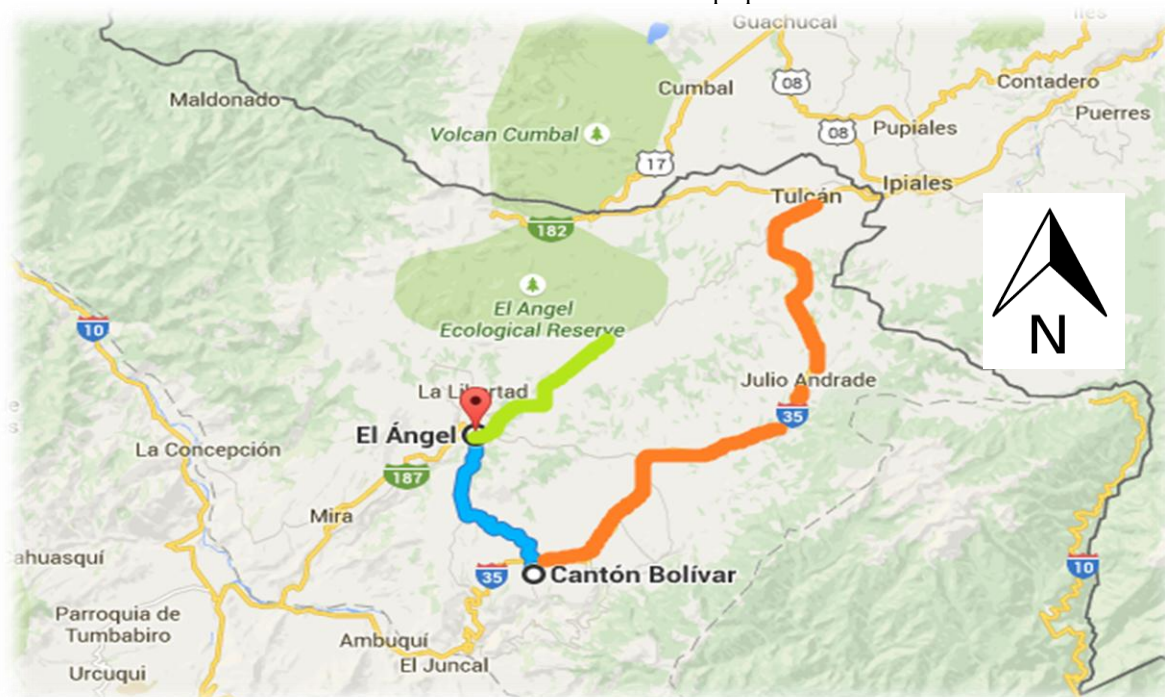
- Visitar la reserva ecológica El Ángel (REEA) para recorrer sus senderos y disfrutar de sus bellezas paisajísticas.

ATRATIVOS

- Reserva ecológica El Ángel.
- Sendero autoguiado “El Voladero”.
- Mirador “Corazones Sanos”.
- Bosque Polylepis.

DISEÑO DE LA RUTA

Ilustración 33: Diseño de la ruta paquete 12



Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

CUADRO DE DISTANCIAS

Tabla 132: Cuadro de distancias paquete 12

DESDE	HASTA	KM
Tulcán	Bolívar	61
Bolívar	El Ángel	18
El Ángel	Reserva Ecológica El Ángel	29
TOTAL		108

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DATOS TÉCNICOS

Tabla 133: Datos técnicos paquete 12 - día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>"Descubriendo las entrañas del páramo"</i>
RUTA	1/2
CLIMA	5°C a 11°C
KILOMETRAJE	108 Km
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 Días - 1 Noche

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)



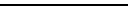
Tabla 134: Datos técnicos paquete 12 - día 1

NOMBRE DEL PAQUETE	<i>"Descubriendo las entrañas del páramo"</i>
RUTA	2/2
CLIMA	5°C a 11°C
KILOMETRAJE	108 Km
DURACIÓN DEL PAQUETE	2 Días - 1 Noche

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA VIAL

Tabla 135: Simbología vial paquete 12

SIMBOLOGÍA	TIPO	NOMBRE DE LA VÍA	ESTADO
	ASFALTADA	Panamericana Norte	Bueno
	ASFALTADA	Arterial Bolívar – El Ángel	Bueno
	LASTRADA	Colectora El Ángel - REEA	Regular

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

SIMBOLOGÍA TURÍSTICA

Tabla 136: Simbología turística paquete 12

PICTOGRAMA	SIGNIFICADO
	Área protegida
	Observación de fauna
	Observación de flora
	Sendero
	Mirador
	Bosque
	Lago – Laguna
	Caminata
	Alojamiento
	Restaurante

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

INVENTARIO VIAL

Tabla 137: Inventario vial paquete 12

CARRETERA	TRAYECTO		Km	ATRATIVOS	CARACTERÍSTICAS DE LA CARRETERA
	DESDE	HASTA			
Panamericana Norte	Tulcán	Bolívar	61		Primer orden - Buen estado
Arterial Bolívar – El Ángel	Bolívar	El Ángel	18		Primer orden - Buen estado
Colectora El Ángel – REEA	El Ángel	REEA	29	Reserva ecológica El Ángel. Sendero autoguiado “El Voladero”. Mirador “Corazones Sanos”. Bosque Polylepis.	Tercer orden - Buen estado

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

DISEÑO DEL CIRCUITO

Tabla 138: Diseño del circuito paquete 12

DÍA	RECORRIDO	HORA	Km	TRANSPORTE	SERVICIOS	ACTIVIDADES
1	Tulcán. Bolívar El Ángel REEA Bosque de Polylepis	07H00 A 20H00	108	Bus	Transporte Alojamiento Alimentación Guianza	Concentración del grupo Traslado a la REEA. Break. Recorrido por el sendero autoguiado “El Voladero”. Ascenso al mirador de “Corazones Sanos”. Descenso al refugio de la REEA. Almuerzo. Tarde recreativa. Break Caminata nocturna. Merienda. Pernoctar.
2	REEA Tulcán.	08H00 A 15H00	108	Bus	Transporte Alimentación Guianza	Desayuno Caminata por el páramo. Almuerzo. Retorno la ciudad de Tulcán.

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

ITINERARIO

DÍA 1

Concentración del grupo, para trasladarse a la reserva ecológica El Ángel, break, se realizará el recorrido por el sendero autoguiado “El Voladero” y el ascenso al mirador “Corazones Sanos”, luego se descenderá al refugio de la REEA, almuerzo, se realiza el check in y posteriormente se tendrá preparado

una tarde recreativa, break, y en horas de la noche se realizará una caminata por el bosque de Polylepis, merienda y finalmente pernoctar.

DÍA 2

Se inicia con el desayuno, para después realizar la caminata por el páramo, se retorna a las cabañas para el almuerzo y finalmente se realiza el check out para retornar la ciudad de Tulcán.

COSTOS

Tabla 139: Costos paquete 12

ACTIVIDADES	DÍA 1	DÍA 2	TOTAL
TRANSPORTE			
Bus	17.50	17.50	35.00
ALIMENTACIÓN			
Desayuno	-----	3.50	3.50
Break	3.50	-----	3.50
Almuerzo	3.50	3.50	7.00
Break	3.50	-----	3.50
Merienda	3.50	-----	3.50
ALOJAMIENTO			
Lodgee	50.00	-----	50.00
GUIANZA	3.00	3.00	6.00
SUBTOTAL	84.50	27.50	112.00
12% IVA			13.44
10% SERVICIO			11.20
5% EXTRAS			5.60
TOTAL			142.24

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

5.8. ESTUDIO FINANCIERO PARA LA CREACIÓN DE LA OPERADORA TURÍSTICA

Para la creación de la operadora turística es necesario detallar la inversión, los costos y gastos que se generarán, por ende se detalla a continuación:

a. Activos fijos

Son aquellos bienes e inmuebles y equipos utilizados en el área administrativa de la operadora turística,

Tabla 140: Activos Fijos

Activos fijos - Inversión fija			
Concepto	Cantidad	V. Unitario	Total
Muebles y enseres			3060,00
Sillas clientes	10	35,00	350,00
Sillas personal	8	50,00	400,00
Silla gerencia	1	60,00	60,00
Escritorio	4	200,00	800,00
Mesa	1	300,00	300,00
Archivador	3	300,00	900,00
Letrero	1	250,00	250,00
Equipos de computo			3600,00
Computadora	4	700,00	2800,00
Impresora	2	400,00	800,00
Equipos de oficina			2290,00
Teléfono	4	60,00	240,00
GPS	1	450,00	450,00
Cámara fotográfica	1	800,00	800,00
Filmadora	1	800,00	800,00
Total activos fijos - Inversión fija			8950,00

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

b. Activos diferidos

Son aquellos permisos que permiten el funcionamiento de la empresa, es decir constitución legal, permisos y licencias.

Tabla 141: Activos diferidos

Activos diferidos - Gastos de constitución			
Concepto	Cantidad	V. Unitario	Total
Inscripción de la empresa	1	450,00	450,00
Abogado	1	500,00	500,00
Permisos y licencias	1	350,00	350,00
Total activos diferidos - Gastos de constitución			1300,00

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

c. Costos de producción

Para los costos de producción en este caso se tomó en cuenta los paquetes con los que dispone la operadora turística, y se multiplicó por el valor unitario de cada uno, obteniendo un valor total de los costos de producción.

Tabla 142: Costos de producción

Costos de producción			
Producto	Cantidad	V. Unitario	Total
Compartiendo aventuras con la comunidad.	1	63,50	63,50
Descubriendo las entrañas del páramo El Ángel.	1	112,00	112,00
La aventura te espera en Gualchán.	1	63,50	63,50
Recreación, descanso y relajación.	1	259,00	259,00
Si buscas diversión, Atacames es lo mejor.	1	124,50	124,50
Sol, playa y diversión.	1	133,50	133,50
Descubre y explora las maravillas de Limoncocha.	1	187,50	187,50
Tranquilidad y descanso en el Cuyabeno.	1	105,00	105,00
Viviendo en las entrañas del páramo El Ángel.	1	140,50	140,50
Aventura extrema en Baños.	1	139,50	139,50
Aventura extrema en Mindo.	1	106,50	106,50
Aventura extrema en Ibarra.	1	112,00	112,00
Total Costos de Producción			1547,00

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

d. Gastos administrativos

Se estableció valores aproximados para cada gasto, los mismos que están considerados para un año.

Tabla 143: Gastos administrativos

Gastos administrativos			
Concepto	Cantidad	V. Unitario	Total
Sueldos	12	2750,00	33000,00
Servicios básicos	12	170,00	2040,00
Suministros de oficina	12	173,00	2076,00
Suministros de limpieza	12	50,00	600,00
Internet	12	25,00	300,00
Depreciaciones (Ver Anexo V)			0,00
Amortizaciones (Ver Anexo V)			0,00
Total gastos administrativos			38016,00

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

e. Capital de trabajo

El capital de trabajo se lo obtuvo sumando los costos de producción más los gastos administrativos.

Tabla 144: Capital de trabajo

Capital de trabajo	
Concepto	Valor
Costos de producción	1547,00
Gastos administrativos	38016,00
Total costo anual	39563,00

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

f. Proyección de ventas

Para realizar la proyección de las ventas, se utilizó la demanda antes establecida en el estudio de mercado, siendo 16 955 personas, de las cuales para la presente investigación únicamente se desea captar el 11%, quedando como demanda potencial 1955 personas; las mismas que han sido divididas para el número de paquetes.

Demanda	16955
11%	1865

Para la demanda por paquete se toma en cuenta la frecuencia mensual de acuerdo a los meses en que se las personas realizan compras o reservas para desarrollar actividades turísticas.

Tabla 145: Demanda por paquete turístico

PAQUETE TURÍSTICO	FRECUENCIA MENSUAL	PORCENTAJE	DEMANDA POR PAQUETE
Compartiendo aventuras con la comunidad.	4	7%	129
Descubriendo las entrañas del páramo El Ángel.	4	7%	129
La aventura te espera en Gualchán.	4	7%	129
Recreación, descanso y relajación.	8	14%	257
Si buscas diversión, Atacames es lo mejor.	7	12%	225
Sol, playa y diversión.	7	12%	225
Descubre y explora las maravillas de Limoncocha.	4	7%	129
Tranquilidad y descanso en el Cuyabeno.	4	7%	129
Viviendo en las entrañas del páramo El Ángel	4	7%	129
Aventura extrema en Baños.	4	7%	129
Aventura extrema en Mindo.	4	7%	129
Aventura extrema en Ibarra.	4	7%	129
TOTAL	58	100%	1865

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Una vez determinada la demanda por paquete se procedió a multiplicarlo por el valor unitario del mismo, de tal manera que al sumar todos los valores se obtuvo la proyección de las ventas para el primer año.

Tabla 146: Proyección de ventas para el primer año

Producto	Demanda x paquete	Precio x paquete	Ventas
Compartiendo aventuras con la comunidad.	129	80,65	10372,89
Descubriendo las entrañas del páramo El Ángel.	129	142,24	18295,50
La aventura te espera en Gualchán.	129	80,65	10372,89
Recreación, descanso y relajación.	257	158,12	40674,81
Si buscas diversión, Atacames es lo mejor.	225	169,55	38163,26
Sol, playa y diversión.	225	328,93	74039,59
Descubre y explora las maravillas de Limoncocha.	129	135,26	17397,06
Tranquilidad y descanso en el Cuyabeno.	129	177,17	22787,70
Viviendo en las entrañas del páramo El Ángel.	129	142,24	18295,50
Aventura extrema en Baños.	129	240,67	30955,33
Aventura extrema en Mindo.	129	133,35	17152,03
Aventura extrema en Ibarra.	129	178,44	22951,05
TOTAL			321457,606

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Con el valor de las ventas del primer año como referencia, se procedió a proyectar a 5 años, con la tasa de crecimiento poblacional (1.52%) más la inflación (3.67%), quedando 5.19% el valor para las proyecciones.

Tabla 147: Proyección de ventas a 5 años

Presupuesto de ventas	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	321458	338141	355691	374151	393570
Compartiendo aventuras con la comunidad.	10373	10911	11478	12073	12700
Descubriendo las entrañas del páramo El Ángel.	18295	19245	20244	21295	22400
La aventura te espera en Gualchán.	10373	10911	11478	12073	12700
Recreación, descanso y relajación.	40675	42786	45006	47342	49799
Si buscas diversión, Atacames es lo mejor.	38163	40144	42227	44419	46724
Sol, playa y diversión.	74040	77882	81924	86176	90649
Descubre y explora las maravillas de Limoncocha.	17397	18300	19250	20249	21300
Tranquilidad y descanso en el Cuyabeno.	22788	23970	25214	26523	27900
Viviendo en las entrañas del páramo El Ángel.	18295	19245	20244	21295	22400
Aventura extrema en Baños.	30955	32562	34252	36030	37899
Aventura extrema en Mindo.	17152	18042	18979	19964	21000
Aventura extrema en Ibarra.	22951	24142	25395	26713	28100
Total cobros anuales	321458	338141	355691	374151	393570

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

g. Presupuesto de compras

Entendiendo que la operadora va a comprar servicios turísticos a terceros, se ha realizado un presupuesto de compras, tomando en cuenta los valores que se van a pagar por cada uno de los servicios y por cada paquete turístico que oferte la operadora y se los ha proyectado a 5 años.

Tabla 148: Proyección de compras

Presupuesto de compras	2016	2017	2018	2019	2020
Compras	238.067	246.804	255.862	265.252	274.987
Compartiendo aventuras con la comunidad.	7.395,89	7.667,32	7.948,71	8.240,43	8.542,85
Transporte	4.501,84	4.667,06	4.838,34	5.015,91	5.199,99
Alimentación	2.250,92	2.333,53	2.419,17	2.507,96	2.600,00
Alojamiento	643,12	666,72	691,19	716,56	742,86
Descubriendo las entrañas del páramo El Ángel.	13.634,16	14.134,53	14.653,27	15.191,04	15.748,56
Transporte	4.501,84	4.667,06	4.838,34	5.015,91	5.199,99
Alimentación	2.701,11	2.800,24	2.903,01	3.009,55	3.120,00
Alojamiento	6.431,21	6.667,23	6.911,92	7.165,59	7.428,56
La aventura te espera en Gualchán.	7.395,89	7.667,32	7.948,71	8.240,43	8.542,85

Transporte	4.501,84	4.667,06	4.838,34	5.015,91	5.199,99
Alimentación	2.250,92	2.333,53	2.419,17	2.507,96	2.600,00
Alojamiento	643,12	666,72	691,19	716,56	742,86
Recreación, descanso y relajación.	29.712,18	30.802,61	31.933,07	33.105,01	34.319,97
Transporte	13.505,53	14.001,19	14.515,03	15.047,73	15.599,98
Alimentación	7.202,95	7.467,30	7.741,35	8.025,46	8.319,99
Alojamiento	9.003,69	9.334,13	9.676,69	10.031,82	10.399,99
Si buscas diversión, Atacames es lo mejor.	28.023,98	29.052,46	30.118,69	31.224,05	32.369,97
Transporte	13.618,08	14.117,86	14.635,99	15.173,13	15.729,98
Alimentación	6.302,58	6.533,89	6.773,68	7.022,28	7.279,99
Alojamiento	7.878,23	8.167,36	8.467,10	8.777,84	9.099,99
Entradas	225,09	233,35	241,92	250,80	260,00
Sol, playa y diversión.	54.922,51	56.938,16	59.027,79	61.194,11	63.439,94
Transporte	28.249,08	29.285,82	30.360,61	31.474,84	32.629,97
Alimentación	10.241,70	10.617,57	11.007,23	11.411,20	11.829,99
Alojamiento	15.756,46	16.334,72	16.934,20	17.555,69	18.199,98
Entradas	675,28	700,06	725,75	752,39	780,00
Descubre y explora las maravillas de Limoncocha.	12.926,73	13.401,14	13.892,96	14.402,83	14.931,41
Transporte	5.788,09	6.000,51	6.220,73	6.449,03	6.685,71
Alimentación	2.250,92	2.333,53	2.419,17	2.507,96	2.600,00
Alojamiento	4.501,84	4.667,06	4.838,34	5.015,91	5.199,99
Entradas	385,87	400,03	414,72	429,94	445,71
Tranquilidad y descanso en el Cuyabeno.	16.785,45	17.401,48	18.040,11	18.702,18	19.388,55
Transporte	8.682,13	9.000,76	9.331,09	9.673,54	10.028,56
Alimentación	3.601,48	3.733,65	3.870,67	4.012,73	4.160,00
Alojamiento	4.501,84	4.667,06	4.838,34	5.015,91	5.199,99
Viviendo en las entrañas del páramo El Ángel.	13.634,16	14.134,53	14.653,27	15.191,04	15.748,56
Transporte	4.501,84	4.667,06	4.838,34	5.015,91	5.199,99
Alimentación	2.701,11	2.800,24	2.903,01	3.009,55	3.120,00
Alojamiento	6.431,21	6.667,23	6.911,92	7.165,59	7.428,56
Aventura extrema en Baños.	23.216,66	24.068,71	24.952,03	25.867,77	26.817,12
Transporte	7.653,14	7.934,01	8.225,18	8.527,05	8.839,99
Alimentación	3.601,48	3.733,65	3.870,67	4.012,73	4.160,00
Alojamiento	4.501,84	4.667,06	4.838,34	5.015,91	5.199,99
Entradas	385,87	400,03	414,72	429,94	445,71
Rafting	2.572,48	2.666,89	2.764,77	2.866,23	2.971,43
Puenting	1.929,36	2.000,17	2.073,58	2.149,68	2.228,57
Canyonning	2.572,48	2.666,89	2.764,77	2.866,23	2.971,43
Aventura extrema en Mindo.	12.733,79	13.201,12	13.685,60	14.187,86	14.708,56
Transporte	4.501,84	4.667,06	4.838,34	5.015,91	5.199,99
Alimentación	2.250,92	2.333,53	2.419,17	2.507,96	2.600,00

Alojamiento	2.250,92	2.333,53	2.419,17	2.507,96	2.600,00
Entradas	1.028,99	1.066,76	1.105,91	1.146,49	1.188,57
Canopy	1.929,36	2.000,17	2.073,58	2.149,68	2.228,57
Tubing	771,74	800,07	829,43	859,87	891,43
Aventura extrema en Ibarra.	17.685,82	18.334,89	19.007,78	19.705,36	20.428,55
Transporte	2.250,92	2.333,53	2.419,17	2.507,96	2.600,00
Alimentación	900,37	933,41	967,67	1.003,18	1.040,00
Alojamiento	-	-	-	-	-
Parapente	8.746,44	9.067,44	9.400,21	9.745,20	10.102,85
Rafting	5.788,09	6.000,51	6.220,73	6.449,03	6.685,71

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

h. Presupuesto de gastos

Este presupuesto se obtuvo tomando como referencia los valores antes ya determinados de cada uno de los gastos que se generan en la operadora turística, para al final determinar el gasto total administrativo desembolsable, el gasto total de ventas y el gasto total desembolsable.

Tabla 149: Presupuesto de gastos

Presupuesto de gastos	2016	2017	2018	2019	2020
Sueldos (Ver Anexo VI)	42.905	45.256	47.971	50.849	53.900
Arriendo	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600
Amortización gastos de constitución	260	260	260	260	260
Servicios básicos	2.040	2.040	2.040	2.040	2.040
Suministros de oficina	2.076	2.076	2.076	2.076	2.076
Suministros de limpieza	600	600	600	600	600
Internet	300	300	300	300	300
Total gasto administrativo	51.781	54.132	56.847	59.725	62.776
Total gasto administrativo Desembolsable	51.521	53.872	56.587	59.465	62.516
GASTO DE VENTAS					
Publicidad	300	311	322	334	347
Depreciación activos fijos	1.255	2.510	3.765	5.020	6.275
Total gastos ventas	1.555	2.821	4.087	5.354	6.622
Total gastos desembolsables	300	311	322	334	347

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

i. Presupuesto de inversiones

En este presupuesto, se pasó los valores de los activos fijos, más los gastos de depreciaciones y se obtuvo el valor total de gastos de depreciación y el valor de la depreciación acumulada.

Tabla 150: Presupuesto de inversiones

Presupuesto de inversiones		2016	2017	2018	2019	2020
Muebles de oficina	10%	3.060				
Equipos de computo	20%	3.600				
Equipos de oficina	10%	2.290				
Total inversión en activos fijos		8.950	-	-	-	-
Gasto depreciación - muebles oficina		306	306	306	306	306
Gasto depreciación - equipo de comp.		720	720	720	720	720
Gasto depreciación - equipos de oficina		229	229	229	229	229
Total gastos depreciación		1255	1255	1255	1255	1255
Depreciación acumulada		1255	2510	3765	5020	6275

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

j. Estado de resultados proyectado

Tabla 151: Estado de resultados proyectado

Estado de resultados proyectado	2016	2017	2018	2019	2020
Ventas	321.458	338.141	355.691	374.151	393.570
Costo ventas	238.067	246.804	255.862	265.252	274.987
Utilidad bruta en ventas	83.390	91.337	99.829	108.899	118.583
Gastos de ventas	1.555	2.821	4.087	5.354	6.622
Gastos de administración	51.781	54.132	56.847	59.725	62.776
Utilidad operacional	30.055	34.384	38.894	43.820	49.185
Interés ganado	1.491	2.569	3.845	5.339	7.069
Utilidad antes Imp. Part. Trab.	31.546	36.954	42.740	49.159	56.254
Participación trabajadores 15%	4.732	5.543	6.411	7.374	8.438
Base de cálculo Impuesto Renta	26.814	31.411	36.329	41.785	47.816
Impuesto Renta 22%	5.899	6.910	7.992	9.193	10.520
Utilidad después Imp. Part. Trab.	20.915	24.500	28.336	32.592	37.297
Reserva legal	2.092	2.450	2.834	3.259	3.730
Utilidad a disposición accionistas	18.824	22.050	25.503	29.333	33.567

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

En este caso se pasó los valores de las ventas proyectadas, al cual se le resto el costo de ventas que se lo tomó del valor total del presupuesto de compras, así se obtuvo una utilidad bruta en ventas, luego se pasó el valor

de gastos de ventas y los gastos de administración, los mismos que fueron restados a la utilidad bruta para obtener la utilidad operacional, de la cual se calculó el 15% de participación a trabajadores, el 22% de impuesto a la renta y el 10% de reserva legal para finalmente determinar la utilidad a disposición de los accionistas.

k. Flujo de caja proyectado

Finalmente entendiendo que el flujo de caja nos permite establecer la liquidez del proyecto a un plazo de 5 años, se partió desde los ingresos totales, a los cuales se le resto los egresos totales y se obtuvo el flujo neto de caja, igualmente los egresos totales se los dividió para 12 y el valor obtenido se ubicó como saldo final de caja. El saldo inicial de caja pertenece al valor del capital de trabajo para el primer año, mientras que para los demás corresponde al valor del saldo final de caja. El valor del flujo sin financiamiento es la suma del flujo neto y el saldo inicial. La inversión se estableció restándole al valor del flujo sin financiamiento el saldo final de caja para el primer año mientras que para los siguientes se le suma la recuperación de inversión y se resta el valor de interés ganado y el saldo final de caja.

Tabla 152: Flujo de caja proyectado

Flujo de caja proyectado		2016	2017	2018	2019	2020
Total ingresos		321.458	338.141	355.691	374.151	393.570
Total egresos		298.838	311.618	325.225	339.455	354.416
Flujo neto de caja		22.620	26.523	30.466	34.696	39.153
Saldo inicial de caja	49.563	39.563	24.903	25.968	27.102	28.288
Flujo sin financiamiento		62.183	51.427	56.434	61.798	67.441
Inversión		37.280	64.229	96.131	133.486	176.733
Recuperación de inversión K			37.280	64.229	96.131	133.486
Recuperación interés ganado			1.491	2.569	3.845	5.339
Saldo Final de Caja		24.903	25.968	27.102	28.288	29.535

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

I. Flujo de efectivo neto

Utilizando los valores del estado de resultados proyectado, de la utilidad disponible para accionistas, se procedió a calcular el total de flujo de efectivo.

Tabla 153: Flujo de efectivo neto

Flujo de efectivo neto - Sin financiamiento						
Entradas de efectivo		Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Utilidad neta		18.824	22.050	25.503	29.333	33.567
+ Depreciaciones		1.255	1.255	1.255	1.255	1.255
+ Amortizaciones		260	260	260	260	260
Recuperación capital de operación						39.563
Total entradas		20.339	23.565	27.018	30.848	74.645
Salidas de efectivo		Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Inversión inicial	-49.813	0				
Total salidas		0	0	0	0	0
= Flujo de efectivo neto		20.339	23.565	27.018	30.848	74.645

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

m. Cálculo del TIR y VAN

Con los datos que nos presenta el flujo de efectivo neto se calculó la tasa interna de retorno y el valor actual neto.

Tabla 154: Calculo del TIR y VAN

Año	FE	Fat. Act	FE Descontado
0	- 49.813,00		
1	20.338,56	0,9091	18.489,60
2	23.565,21	0,8264	19.475,38
3	27.017,79	0,7513	20.298,87
4	30.848,23	0,6830	21.069,75
5	74.645,01	0,6209	46.348,68
		ΣFE	125.682,28
		- I.I.	49.813,00
		VAN	75.869,28
		TIR	33,17%

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Se obtuvo una tasa interna de retorno del 33.17% lo cual se encuentra por encima del interés financiero de los créditos de consumo y créditos para

empresas, lo que significa que el proyecto es factible puesto que los valores son positivos y por lo tanto existe un riesgo mínimo para dicha inversión.

En el caso del valor actual neto, al momento de valorar la inversión en activos fijos tomando en cuenta que el valor es mayor a cero (\$75.869,28), se considera que el proyecto es rentable.

VI. BIBLIOGRAFÍA.

Acerenza, M. Á. (2010). *Agencias de Viajes*. Trillas.

Ameigeiras, C. (2012). *Venta de Servicios Turísticos*. Vallehermoso: SINTESIS.

Asamblea Constituyente. (2008). *Constitución de la Republica del Ecuador*. Montecristi.

Bedoya, M. V. (Octubre de 2005). *Repositorio Digital UTE Ecuador*. Recuperado el 7 de Enero de 2014, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8836/1/28876_1.pdf

Cabarcos, N. (2011). *Administración de Servicios Turísticos - Promoción y Venta*. Bogotá: IDEASPROPIAS.

Carrión, P., & Viteri, S. (19 de Mayo de 2005). *Repositorio Digital UTE Ecuador*. Recuperado el 7 de Enero de 2014, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8327/1/24999_1.pdf

Chan, N. (2011). *Circuitos Turisticos Programación y Cotización* . Buenos Aires: Ediciones Turisticas.

Echeverria, A. C., & Labanda, M. A. (Marzo de 2006). *Escuela Politecnica Nacional*. Recuperado el Diciembre de 2013, de <http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/116/1/CD-0131.pdf>

Gonzales, M. Á. (2006). *Fundamentos Teóricos y Gestión Práctica de las Agencias de Viajes*. Vallehermoso: SINTESIS.

Grajales, T. (27 de Marzo de 2000). *tgrajales.net*. Obtenido de <http://tgrajales.net/investipos.pdf>

Jiménez, E. (Enero de 2011). *Repositorio Digital Universidad de Especialidades Turísticas*. Obtenido de <http://repositorio.uct.edu.ec/bitstream/123456789/194/1/PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20AGENCIA%20DE%20VIAJES%20OPERADOR%20DE%20TURISMO%20AVE.pdf>

Landazuri, M. G. (24 de Octubre de 2011). *Repositorio Digital UTE Ecuador*. Recuperado el 7 de Enero de 2014, de http://repositorio.ute.edu.ec/bitstream/123456789/8501/1/22174_1.pdf

Ministerio de Turismo. (Diciembre de 2002). <http://idbdocs.iadb.org/>. Obtenido de <http://idbdocs.iadb.org/wsdocs/getdocument.aspx?docnum=35836524>

Ministerio de Turismo. (Septiembre de 2007). *www.pnud.org.ec*. Obtenido de <http://www.pnud.org.ec/odm/planes/plandetur.pdf>

Ministerio de Turismo. (5 de Enero de 2004). <http://www.turismo.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>

Pope, J. (1997). *Investigación de Mercados*. Colombia: NORMA.

Posso, M. (2011). *Proyectos, Tesis y Marco Lógico*. Quito.

Reascos, G. (Noviembre de 2010). *Repositorio Digital Universidad Politécnica Salesiana*. Obtenido de <http://www.dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/4522>

Sampieri, R. H., Collado, C. F., & Lucio, P. B. (2004). *Metodología de la Investigación*. Chile: Mc Graw Hill.

SEMLADES. (2014). <http://www.planificacion.gob.ec/>. Obtenido de <http://www.planificacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/04/Agenda-Regional-de-Poblaci%C3%B3n-y-Desarrollo-despu%C3%A9s-del-2014-en-Ecuador.pdf>

Stanton, E. W. (2004). <http://mercadeodeservicios.wikispaces.com/>. Obtenido de <http://mercadeodeservicios.wikispaces.com/file/view/Definicion+y+caracteristicas+de+servicios+-+Doc1.pdf>

Superintendencia de Compañías. (20 de Mayo de 2014). <http://181.198.3.74/>. Obtenido de <http://181.198.3.74/wps/wcm/connect/77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318/LEY+DE+COMPA%C3%91IAS+act.+Mayo+20+2014.pdf?MOD=AJPERES&CACHEID=77091929-52ad-4c36-9b16-64c2d8dc1318>

Torre, F. d. (2010). *Agencias de Viajes Estructura y Operación*. (Quinta ed.). México: Trillas.

Villacís, B. (Octubre de 2010). www.inec.gob.ec. Obtenido de http://www.inec.gob.ec/inec/index.php?option=com_content&view=article&id=47%3Ael-40-de-los-ecuatorianos-realizaron-turismo-interno&catid=63%3Anoticias-general&lang=es

VII. ANEXOS.

Anexo I.- Cálculo coeficiente muestral

Para que los datos sean proporcionales a la población de cada cantón, se utilizó la fórmula del coeficiente muestral:

$$Cm = \frac{n}{N} \qquad Cm = 0.0072$$

n= Tamaño de la muestra

N= Población

Posteriormente se realizó la toma de la muestra por segmento con la siguiente fórmula:

$$Cm * Población$$

$$0.0072 * 34662 = 252$$

El mismo proceso se realizó con cada una de las poblaciones de los diferentes cantones, para obtener el número de encuestas que se aplicarían en los mismos, como se detalla a continuación.

Tabla 155: Número de encuestas por cantón

CANTÓN	POBLACIÓN	Nº ENCUESTAS
Tulcán	34662	252
San Pedro de Huaca	2384	17
Montufar	9075	66
Bolívar	1819	13
Espejo	2752	21
Mira	1966	14
TOTALES	52658	383

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Fuente: Investigación Propia.

Anexo II.- Constitución Legal.

DE LA COMPAÑÍA DE RESPONSABILIDAD LIMITADA

El Art. 92 de la Ley de Compañías dice que:

“La compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva, a la que se añadirá, en todo caso, las palabras "Compañía Limitada" o su correspondiente abreviatura. Si se utilizare una denominación objetiva será una que no pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y los que sirven para determinar una clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar”. (Superintendencia de Compañías, 2014).

DE LAS PERSONAS QUE PUEDEN ASOCIARSE

Art. 98.- “Para intervenir en la constitución de una compañía de responsabilidad limitada se requiere de capacidad civil para contratar. El menor emancipado, autorizado para comerciar, no necesitará autorización especial para participar en la formación de esta especie de compañías”. (Superintendencia de Compañías, 2014)

DEL CAPITAL

Art. 102.- El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía. (Superintendencia de Compañías, 2014)

Anexo III.- Requisitos para el registro de la operadora en el Ministerio de Turismo.

1. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante
3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento

Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Forum

Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif.

Gobierno del Litoral

Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis

4. Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
5. Justificación del activo real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación:

5.3. Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.

6. Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años

a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.

7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.
8. Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR)

Anexo IV.- Formulario para solicitud de registro.



SOLICITUD DE REGISTRO PARA AGENCIAS DE VIAJE

.....a.....de.....del 20.....

Yo,....., en calidad de Representante Legal de la Empresa.....,

solicito al (la) señor (a) Ministro (a) de Turismo, se digne de conformidad con las disposiciones legales vigentes, Clasificar y Registrar a mi establecimiento, cuyas características son las siguientes:

Razón social (Persona Jurídica):

.....

Denominación:.....

....

Ubicación:.....

.....

Provincia	Cantón	Ciudad
-----------	--------	--------

.....

....

Calle	Nº.	Transversal	Sector	Nº. Teléfono
-------	-----	-------------	--------	--------------

Fecha constitución:

.....

Registro Único de

Contribuyentes:.....

Monto de

Inversión:.....

Número de

empleados:.....

Tipo de Agencia: Internacional..... Operadora.....

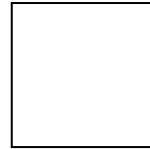
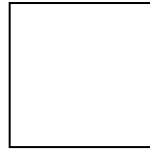
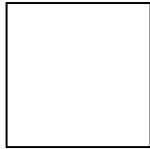
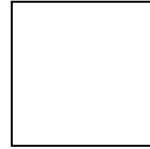
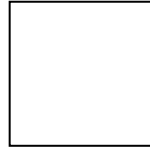
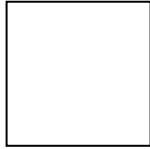
Mayorista.....

Internacional y Operadora (DUALIDAD).....

Atentamente,

REPRESENTANTE LEGAL

CROQUIS



Anexo V.- Depreciación y amortización.

Gastos depreciación muebles y enseres

Se determinó la depreciación, considerando que el tiempo de vida útil para los muebles y enseres es de 10 años y el porcentaje de depreciación es el 10% anual, En donde el valor total se multiplicó por el porcentaje de depreciación, obteniendo el primer valor depreciado el mismo que se repite durante todos los años; para obtener el valor acumulado se establece el primer valor y se le suma el segundo valor depreciado y así sucesivamente hasta llegar a obtener el valor total. Mientras que el valor residual se realiza al contrario, se establece el valor total y se le resta cada vez el valor depreciado, hasta llegar a 0.

Tabla 156: Depreciación muebles y enseres

Depreciación de muebles y enseres				
Año	Valor depreciado	% de depreciación	Acum.	Valor residual
0				3060
1	306	0,10	306,00	2754
2	306	0,10	612,00	2448
3	306	0,10	918,00	2142
4	306	0,10	1224,00	1836
5	306	0,10	1530,00	1530
6	306	0,10	1836,00	1224
7	306	0,10	2142,00	918
8	306	0,10	2448,00	612
9	306	0,10	2754,00	306
10	306	0,10	3060,00	0

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Gastos depreciación equipos de oficina

Para la depreciación los equipos de oficina que tienen una vida útil de 10 años y el porcentaje de depreciación es el 10% anual. En donde el valor total se multiplicó por el porcentaje de depreciación, obteniendo el primer valor

depreciado el mismo que se repite durante todos los años; para obtener el valor acumulado se establece el primer valor y se le suma el segundo valor depreciado y así sucesivamente hasta llegar a obtener el valor total. Mientras que el valor residual se realiza al contrario, se establece el valor total y se le resta cada vez el valor depreciado, hasta llegar a 0.

Tabla 157: Depreciación equipos de oficina

Depreciación de equipos de oficina				
Año	Valor depreciado	% de depreciación	Acum.	Valor residual
0				2290
1	229	0,10	229,00	2061
2	229	0,10	458,00	1832
3	229	0,10	687,00	1603
4	229	0,10	916,00	1374
5	229	0,10	1145,00	1145
6	229	0,10	1374,00	916
7	229	0,10	1603,00	687
8	229	0,10	1832,00	458
9	229	0,10	2061,00	229
10	229	0,10	2290,00	0

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Gastos depreciación equipos de computo

Se ha considerado 5 años de vida útil y el porcentaje de depreciación el 20% anual, para los equipos de cómputo. En donde el valor total se multiplicó por el porcentaje de depreciación, obteniendo el primer valor depreciado el mismo que se repite durante todos los años, para obtener el valor acumulado se establece el primer valor y se le suma el segundo valor depreciado y así sucesivamente hasta llegar a obtener el valor total. Mientras que el valor residual se realiza al contrario, se establece el valor total y se le resta cada vez el valor depreciado, hasta llegar a cero.

Tabla 158: Depreciación equipos de cómputo

Depreciación de equipo de cómputo				
Año	Valor depreciado	% de depreciación	Acum.	Valor residual
0				3600
1	720	0,20	720,00	2880
2	720	0,20	1440,00	2160
3	720	0,20	2160,00	1440
4	720	0,20	2880,00	720
5	720	0,20	3600,00	0

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Gastos de amortización

La amortización se la realizó considerando 5 años y a un porcentaje de 20% anual. En donde el valor total se multiplicó por el porcentaje de depreciación, obteniendo el primer valor depreciado el mismo que se repite durante todos los años, para obtener el valor acumulado se establece el primer valor y se le suma el segundo valor depreciado y así sucesivamente hasta llegar a obtener el valor total. Mientras que el valor residual se realiza al contrario, se establece el valor total y se le resta cada vez el valor depreciado, hasta llegar a 0.

Tabla 159: Amortización gastos de constitución

Amortización gastos de constitución				
Año	Valor depreciado	% de depreciación	Acum.	Valor residual
0				1300
1	260	0,20	260,00	1040
2	260	0,20	520,00	780
3	260	0,20	780,00	520
4	260	0,20	1040,00	260
5	260	0,20	1300,00	0

Elaborado por: Urbano, Jorge (2014)

Anexo VI.- Rol de Pagos.

Rol de pagos operadora turística al primer año.

Tabla 160: Rol de pagos Año 1

Año 1	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte personal (9,45%)	Aporte patronal (12,15%)	Total anual
Gerente	1	900	900	10.800	354	900	450	0	1.021	1.312	13.816
Contador	1	500	500	6.000	354	500	250	0	567	729	7.833
Programador	1	500	500	6.000	354	500	250	0	567	729	7.833
Agente de ventas	1	450	450	5.400	354	450	225	0	510	656	7.085
Guía	1	400	400	4.800	354	400	200	0	454	583	6.337
Total	5	2.750	2.750	33.000	1.770	2.750	1.375	0	3.119	4.010	42.905

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Rol de pagos operadora turística al segundo año.

Tabla 161: Rol de pagos Año 2

Año 2	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte personal (9,45%)	Aporte patronal (12,15%)	Total anual
Gerente	1	954	954	11.448	354	954	477	954	1.082	1.391	15.578
Contador	1	340	340	4.080	354	340	170	340	386	496	5.780
Programador	1	530	530	6.360	354	530	265	530	601	773	8.812
Agente de ventas	1	477	477	5.724	354	477	239	477	541	695	7.966
Guía	1	424	424	5.088	354	424	212	424	481	618	7.120
Total	5	2.725	2.725	32.700	1.770	2.725	1.363	2.725	3.090	3.973	45.256

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Rol de pagos operadora turística al tercer año.

Tabla 162: Rol de pagos Año 3

Año 3	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte personal (9,45%)	Aporte patronal (12,15%)	Total anual
Gerente	1	1.011	1.011	12.135	375	1.011	506	1.011	1.147	1.474	16.513
Contador	1	360	360	4.325	375	360	180	360	409	525	6.127
Programador	1	562	562	6.742	375	562	281	562	637	819	9.340
Agente de ventas	1	506	506	6.067	375	506	253	506	573	737	8.444
Guía	1	449	449	5.393	375	449	225	449	510	655	7.547
Total	5	2.889	2.889	34.662	1.876	2.889	1.444	2.889	3.276	4.211	47.971

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Rol de pagos operadora turística al cuarto año.

Tabla 163: Rol de pagos Año 4

Año 4	Nº Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo anual	10º Cuarto	10º Tercero	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte personal (9,45%)	Aporte patronal (12,15%)	Total anual
Gerente	1	1.072	1.072	12.863	398	1.072	536	1.072	1.216	1.563	17.503
Contador	1	382	382	4.584	398	382	191	382	433	557	6.494
Programador	1	596	596	7.146	398	596	298	596	675	868	9.901
Agente de ventas	1	536	536	6.431	398	536	268	536	608	781	8.951
Guía	1	476	476	5.717	398	476	238	476	540	695	8.000
Total	5	3.062	3.062	36.742	1.989	3.062	1.531	3.062	3.472	4.464	50.849

Elaborado por: Urbano, Jorge (2015)

Rol de pagos operadora turística al quinto año.

Tabla 164: Rol de pagos Año 5

Año 5	N° Empleados	S.B.U	S.B.U. Total	Sueldo anual	10° Cuarto	10° Tercero	Vacaciones	Fondos de reserva	Aporte personal (9,45%)	Aporte patronal (12,15%)	Total anual
Gerente	1	1.136	1.136	13.635	422	1.136	568	1.136	1.288	1.657	18.554
Contador	1	405	405	4.859	422	405	202	405	459	590	6.884
Programador	1	631	631	7.575	422	631	316	631	716	920	10.495
Agente de ventas	1	568	568	6.817	422	568	284	568	644	828	9.488
Guía	1	505	505	6.060	422	505	252	505	573	736	8.480
Total	5	3.246	3.246	38.946	2.108	3.246	1.623	3.246	3.680	4.732	53.900

Elaborado por: Urbano, Jorge (201