



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA**

**TRABAJO DE TITULACIÓN, PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE  
UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO  
EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**

**AUTORA: JENNY ADRIANA QUINATO A AREQUIPA**

**DIRECTOR: ING. LUIS LEMA CERDA**

**LATACUNGA**

**2016**



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA

## CERTIFICACIÓN

Certifico que el trabajo de titulación, “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA” realizado por la señorita **JENNY ADRIANA QUINATO A AREQUIPA**, ha sido revisado en su totalidad y analizado por el software anti-plagio, el mismo cumple con los requisitos teóricos, científicos, técnicos, metodológicos y legales establecidos por la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, por lo tanto me permito acreditarlo y autorizo a la señorita **JENNY ADRIANA QUINATO A AREQUIPA** para que lo sustente públicamente.

Latacunga, 28 de Julio del 2016

Una firma manuscrita en tinta azul que parece decir 'Ing. Lema Cerda', escrita sobre una línea horizontal punteada.

Ing. Luis Lema Cerda



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO

CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA

## AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD

Yo, **JENNY ADRIANA QUINATO A AREQUIPA**, con cédula de identidad N° 0503864548, declaro que este trabajo de titulación, “**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA**” ha sido desarrollado considerando los modelos de investigación existentes, así como también se ha respetado los derechos intelectuales de terceros considerándose en las citas bibliográficas.

Consecuentemente declaro que este trabajo es de mi autoría, en virtud de ello me declaro responsable del contenido, veracidad y alcance de la investigación mencionada.

Latacunga, 28 de Julio del 2016

Jenny Adriana Quinatoa Arequipa

C.C.: 0503864548



# ESPE

UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA  
Y HOTELERA**

## **AUTORIZACIÓN**

Yo, **JENNY ADRIANA QUINATO A AREQUIPA**, autorizo a la Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE publicar en la biblioteca Virtual de la institución el presente trabajo de titulación **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE TRANSPORTE TURÍSTICO EN LA CIUDAD DE LATACUNGA”** cuyo contenido, ideas y criterios son de mi autoría y responsabilidad.

Latacunga, 28 de Julio del 2016

Jenny Adriana Quinatoa Arequipa

C.C.: 0503864548

## DEDICATORIA

*“Nuestra recompensa se encuentra en el esfuerzo y no en el resultado. Un esfuerzo total es una victoria completa.” Mahatma Gandhi*

*Dedico esta tesis a Dios, quien ha estado conmigo cuidando y protegiéndome durante el transcurso de mi vida y hoy más que nunca ha estado junto a mí para cumplir una más de mis metas.*

*A mis padres quienes han sido mi guía y apoyo incondicional durante esta etapa, quienes me han ido formando con sus buenos consejos para saber cómo luchar en la vida mediante su ejemplo y salir adelante a pesar de las adversidades que tiene la vida.*

*A mis hermanos por su apoyo incondicional, quienes han estado conmigo en los buenos y malos momentos, siendo soporte durante el transcurso de mi carrera.*

*A mis amigos y todas las personas que han estado apoyándome con sus palabras de aliento, ayudándome a no decaer por conseguir el objetivo final.*

## AGRADECIMIENTO

*En primer lugar agradezco a Dios por darme fortaleza para salir adelante ante las adversidades, por estar conmigo en todo momento, por su infinita misericordia, bondad y principalmente por permitirme culminar con este proyecto.*

*A mis padres por ser lo seres que me dieron la vida y han estado conmigo brindándome su apoyo y amor incondicional, siendo el pilar fundamental de mi vida, por confiar y creer en mis expectativas, por desear y anhelar siempre lo mejor para mí, gracias por cada palabra y consejos que me han entregado en el transcurso de mi vida.*

*A mis hermanos por ser mi ejemplo a seguir, quienes me han alentado a continuar adelante y no desmayar, siendo quienes me han alentado mis deseos de superación.*

*A mi director del proyecto Ing. Luis Lema, por la orientación y ayuda para que este proyecto se desarrolle a cabalidad.*

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
CERTIFICACIÓN.....	ii
AUTORÍA DE RESPONSABILIDAD.....	iii
AUTORIZACIÓN.....	iv
DEDICATORIA.....	v
AGRADECIMIENTO.....	vi
ÍNDICE DE CONTENIDOS.....	vii
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xiii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT.....	xix

### CAPÍTULO I

EL PROBLEMA .....	1
1.1. Planteamiento del problema .....	1
1.1.1. Formulación del problema.....	2
1.2. Antecedentes .....	2
1.3. Justificación e importancia .....	5
1.3.1. Aspecto teórico .....	6
1.3.2. Aspecto práctico .....	7
1.3.4. Aspecto social.....	8
1.4. Objetivos .....	8
1.4.1. Objetivo general.....	8
1.4.2. Objetivos específicos .....	8

1.5.	Hipótesis .....	9
1.5.1.	Variables de la hipótesis .....	9
1.6.	Metodología del desarrollo .....	9
1.6.1.	Metodología específica .....	10
1.7.	Fuentes y técnicas de recopilación de datos .....	10
1.7.1.	Fuentes.....	10
1.7.2.	Técnicas .....	11

## **CAPÍTULO II**

<b>FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL .....</b>	<b>12</b>	
2.1.	Estudio de factibilidad .....	12
2.1.1.	Estudio de mercado .....	13
2.1.2.	Estudio técnico.....	14
2.1.3.	Estudio Económico – Financiero .....	16
2.1.4.	Mercado.....	17
2.1.5.	Oferta.....	17
2.1.6.	Demanda .....	18
2.2.	Turismo.....	18
2.2.1.	Turismo interno y receptivo en el Ecuador .....	19
2.2.1.1.	Turismo interno .....	19
2.2.1.2.	Turismo Receptivo .....	20
2.2.2.	Sistema Turístico .....	20
2.2.2.1.	Demanda Turística.....	21
2.2.2.2.	Oferta Turística .....	21
2.2.2.3.	Producto Turístico.....	21
2.2.2.4.	Planta Turística.....	22

2.2.2.5.	Atractivos Turísticos.....	22
2.2.2.6.	Infraestructura.....	23
2.2.2.7.	Superestructura .....	24
2.2.3.	Transporte .....	24
2.2.4.	Tipos de Transporte .....	24
2.2.5.	Transporte Terrestre Turístico.....	25
2.2.6.	Clasificación del Transporte Terrestre Turístico .....	26
2.2.7.	El Transporte Turístico en el Ecuador .....	29
2.3.	Fundamentación legal.....	37
2.3.1.	Ley de Turismo .....	37
2.3.2.	Reglamento de Transporte Terrestre Turístico.....	39

### **CAPÍTULO III**

<b>ESTUDIO DE MERCADO .....</b>	<b>43</b>	
3.1.	Introducción .....	43
3.2.	Objetivos de la investigación.....	43
3.3.	Fuentes de Información .....	43
3.4.	Metodología de la investigación .....	44
3.4.1.	Enfoque .....	44
3.4.2.	Modalidad de la Investigación .....	45
3.4.3.	Tipo de Investigación .....	45
3.4.4.	Población .....	45
3.4.5.	Tamaño de la Población .....	45
3.4.6.	Muestra.....	46
3.5.	Tabulación y análisis de resultados.....	48
3.6.	Resumen de Análisis de datos .....	65

3.7.	Análisis de la demanda .....	66
3.8.	Análisis de la oferta.....	67
3.9.	Demanda insatisfecha.....	70

## **CAPÍTULO IV**

<b>ESTUDIO TÉCNICO.....</b>	<b>72</b>	
4.1.	Introducción .....	72
4.2.	Análisis y determinación de la localización optima del proyecto ....	72
4.3.1.	Macro localización .....	73
4.3.2.	Micro localización.....	74
4.4.	Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto .....	75
4.4.1.	Tamaño del proyecto .....	75
4.4.2.	Capacidad instalada .....	76
4.4.3.	Recursos financieros.....	78
4.4.4.	Mano de Obra .....	78
4.4.5.	Requerimiento de equipos, muebles y enseres.....	79
4.6.	Ingeniería del proyecto.....	81
4.6.1.	Descripción de los buses .....	81
4.6.2.	Descripción del proceso.....	84
4.6.3.	Distribución de la planta.....	90
4.7.	Marco legal .....	93
4.7.2.	Constitución de la compañía .....	93
4.7.3.	Socios .....	93
4.7.4.	Capital .....	94
4.7.5.	Aportaciones .....	94
4.8.	Organización Administrativa.....	94

4.8.1.	Empresa .....	94
4.8.2	Misión .....	95
4.8.3.	Visión .....	95
4.8.4.	Objetivos estratégicos.....	95
4.8.5.	Logo.....	96
4.8.7.	Organización Administrativa.....	97
4.8.8.	Manual de funciones .....	100

## **CAPÍTULO V**

<b>ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO .....</b>	<b>110</b>	
5.1.	Inversiones por áreas.....	110
5.2.	Inversión inicial .....	112
5.3.	Costos .....	112
5.4.	Gastos .....	113
5.3.	Depreciaciones .....	115
5.4.	Capital de trabajo .....	116
5.5.	Inversión Inicial total.....	116
5.6.	Financiamiento.....	117
5.7.	Resumen de Costos y Gastos.....	118
5.8.	Ingresos .....	119
5.7.	Estado de resultados .....	120
5.8.	Flujo neto de fondos.....	121
5.9.	Balance general .....	122
5.10.	Punto de equilibrio .....	124
5.11.	Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) .....	126
5.12.	Valor presente neto (VPN) .....	127

5.13.	Tasa interna de rendimiento (TIR).....	128
5.14.	Ratio beneficio - costo.....	130
5.15.	Periodo de recuperación de la inversión .....	131
5.16.	Resumen de los criterios de Evaluación.....	133

## **CAPÍTULO VI**

### **DOCUMENTACIÓN REQUERIDA ..... 134**

6.1.	Introducción .....	134
6.2.	Documentación para la Superintendencia de Compañías .....	134
6.3.	Documentación Municipal .....	145
6.4.	Documentación para el Servicio de Rentas Internas (S.R.I).....	147
6.5.	Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos .....	150
6.6.	Documentos para el Ministerio de Turismo .....	150
6.7.	Documentos para la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) .....	152
6.8.	Proceso en el Ministerio de Relaciones Laborales .....	155
6.9.	Requerimiento en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social .....	156
6.10.	Flujograma Constitución de una empresa Transporte Turístico.....	159
6.11.	Tiempo estimado en Constitución Empresa Transporte Turístico...	162

### **CONCLUSIONES..... 164**

### **RECOMENDACIONES..... 166**

### **BIBLIOGRAFÍA..... 168**

### **LINKOGRAFÍA..... 170**

### **ANEXOS ..... 175**

Anexo 1: Árbol de problemas

Anexo 2: Encuesta

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Empresas de transporte terrestre turístico en la Región Costa.....	30
Tabla 2 Empresas de transporte terrestre turístico en la Región Sierra.....	31
Tabla 3 Empresas de transporte terrestre turístico en la Región Amazónica.....	34
Tabla 4 Empresas de transporte terrestre turístico en la Región Insular.....	35
Tabla 5 Población Urbana de la ciudad de Latacunga.....	46
Tabla 6 Género .....	48
Tabla 7 Edad.....	49
Tabla 8 Ocupación .....	50
Tabla 9 Contrato de los servicios de transporte turístico .....	50
Tabla 10 Atención del servicio de acuerdo a lo recibido .....	51
Tabla 11 Decisión de contratación del servicio de transporte turístico.....	52
Tabla 12 Identificación de empresas de transporte turístico en la ciudad de Latacunga .....	53
Tabla 13 Consideración de creación de una nueva empresa de transporte turístico.....	54
Tabla 14 Tipo de compañía cuando viaja.....	55
Tabla 15 Número de personas cuando viaja.....	56
Tabla 16 Frecuencia de viaje .....	57
Tabla 17 Motivo de viaje .....	58
Tabla 18 Preferencia del tipo de turismo.....	59
Tabla 19 Preferencia de región a visitar.....	60
Tabla 20 Percepción del turista al recibir el servicio de transportación.....	61
Tabla 21 Servicios adicionales.....	62
Tabla 22 Medios de comunicación para promocionar la empresa de Transporte Turístico ..	63
Tabla 23 Consideración de una página web para la empresa de Transporte Turístico .....	64
Tabla 24 Demanda.....	66
Tabla 25 Empresas de Transporte Turístico de la ciudad de Latacunga .....	68
Tabla 26 Empresas de Transporte Turístico de la ciudad de Ambato.....	69
Tabla 27 Demanda Insatisfecha.....	70

Tabla 28 Método cualitativo por puntos .....	74
Tabla 29 Escenario simulado 1 .....	76
Tabla 30 Escenario simulado 2 .....	76
Tabla 31 Escenario simulado 3 .....	77
Tabla 32 Mano de obra .....	79
Tabla 33 Área de Secretaría y Sala de espera .....	80
Tabla 34 Administración.....	80
Tabla 35 Área de Conductores .....	80
Tabla 36 Unidades .....	84
Tabla 37 Información y confirmación del servicio.....	85
Tabla 38 Ejecución del servicio.....	87
Tabla 39 Manual de funciones: Gerente .....	100
Tabla 40 Manual de funciones: Secretaría.....	102
Tabla 41 Manual de funciones: Jefe de Marketing y Ventas .....	104
Tabla 42 Manual de funciones: Contador/a.....	106
Tabla 43 Manual de funciones de: Conductor.....	108
Tabla 44 Área de secretaría y sala de espera.....	110
Tabla 45 Administración: Gerencia, contabilidad, marketing y ventas .....	111
Tabla 46 Área de conductores .....	111
Tabla 47 Unidades .....	111
Tabla 48 Inversión Inicial.....	112
Tabla 49 Rol de pagos personal de Ventas .....	113
Tabla 50 Costos de Ventas .....	113
Tabla 51 Rol de pagos personal Administrativo .....	114
Tabla 52 Gastos Administrativos.....	114
Tabla 53 Depreciaciones de activos fijos .....	115
Tabla 54 Amortización de activos fijos .....	115
Tabla 55 Capital de Trabajo .....	116
Tabla 56 Inversión Inicial total.....	116
Tabla 57 Financiamiento .....	117

Tabla 58 Gasto Financiero .....	117
Tabla 59 Resumen de Costos y Gastos.....	118
Tabla 60 Ingresos .....	119
Tabla 61 Estado de Resultados .....	120
Tabla 62 Flujo Neto de Fondos .....	121
Tabla 63 Balance General.....	122
Tabla 64 Punto de Equilibrio .....	124
Tabla 65 Costo de Capital Propio .....	126
Tabla 66 Cálculo de TMAR .....	126
Tabla 67 Cálculo del VNP .....	128
Tabla 68 Cálculo del TIR.....	129
Tabla 69 Ratio beneficio - costo.....	130
Tabla 70 Periodo de recuperación de la Inversión .....	131
Tabla 71 Criterios de evaluación.....	133
Tabla 72 Tiempo estimado en la Constitución de la Empresa de Transporte Turístico .....	162

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Composición del Transporte Turístico en el Ecuador.....	35
Figura 2 Género .....	48
Figura 3 Edad.....	49
Figura 4 Ocupación.....	50
Figura 5 Contrato de los servicios de transporte turístico .....	50
Figura 6 Atención del servicio de acuerdo a lo recibido .....	51
Figura.7 Decisión de contratación del servicio de transporte turístico .....	52
Figura 8 Identificación de empresas de transporte turístico en la ciudad de Latacunga .....	53
Figura 9 Consideración de creación de una nueva empresa de transporte turístico.....	54
Figura 10 Tipo de compañía cuando viaja .....	55
Figura 11 Número de personas cuando viaja.....	56
Figura 12 Frecuencia de viaje .....	57
Figura 13 Motivo de viaje .....	58
Figura 14 Preferencia del tipo de turismo.....	59
Figura 15 Preferencia de región a visitar.....	60
Figura 16 Percepción del turista al recibir el servicio de transportación.....	61
Figura 17 Servicios adicionales.....	62
Figura 18 Medios de comunicación para promocionar empresa de Transporte Turístico .....	63
Figura 19 Consideración de una página web para la empresa de Transporte Turístico .....	64
Figura 20 Demanda .....	67
Figura 21 Empresas de Transporte Turístico de la ciudad de Latacunga .....	68
Figura 22 Empresas de Transporte Turístico de la ciudad de Ambato .....	69
Figura 23 Demanda Insatisfecha .....	70
Figura 24 Localización .....	73
Figura 25 Macro localización.....	73
Figura 26 Ubicación geográfica de la Empresa de Transporte Turístico.....	75
Figura 27 Hyundai H1 .....	82
Figura 28 Hyundai County.....	84

Figura 29 Diagramación del proceso: Información y confirmación del servicio .....	86
Figura 30 Diagrama de flujo de Ejecución del servicio.....	89
Figura 31 Distribución de las oficinas.....	90
Figura 32 Distribución de las oficinas en 3D .....	91
Figura 33 Garaje .....	92
Figura 34 Garaje en 3D.....	92
Figura 35 Logo .....	96
Figura 36 Slogan.....	97
Figura 37 Organigrama estructural .....	98
Figura 38 Organigrama Posicional.....	98
Figura 39 Organigrama funcional.....	99
Figura 40 Proceso para la Constitución de una Empresa de Transporte Turístico .....	161

## **RESUMEN**

El presente proyecto consiste en desarrollar un conjunto de estudios que permiten determinar si una empresa es rentable o no al momento de invertir; teniendo como objetivo general la elaboración de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de transporte turístico en la ciudad de Latacunga. Para su realización se ha dividido en seis capítulos. El primer capítulo trata sobre el planteamiento del problema, seguido de la fundamentación conceptual en donde se menciona sobre los conceptos técnicos y la fundamentación legal. Posteriormente se abarca el estudio de mercado en el que se determina el grado de aceptación de la empresa de transporte turístico en la ciudad de Latacunga, así como establecer la oferta, la demanda y la demanda insatisfecha. A continuación se tiene el estudio técnico, legal, administrativo; en la parte técnica se menciona la macro y micro localización para determinar la mejor ubicación del proyecto; en la parte legal se indica que será una sociedad anónima y de acuerdo a la parte administrativa se dispone de organigramas funcional, posicional y funcional, además del manual de funciones para la empresa. Consecutivamente el estudio económico y la evaluación financiera, en el que se ha tomado tres escenarios simulados para determinar el más conveniente, pese a esto no se hallado ninguno favorable, por lo que, no es viable en las condiciones económicas y del mercado el desarrollo del proyecto y finalmente se menciona sobre los documentos para la constitución legal de una empresa de transporte turístico.

### **PALABRAS CLAVE:**

- **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**
- **TRANSPORTE TURÍSTICO**
- **TIERRA DEL VOLCÁN TOURS S.A.**
- **EMPRESA TURÍSTICA**
- **LATACUNGA - TURISMO**

## **ABSTRACT**

The present project consist in develop a set of studies to determine whether a company is profitable or not when investing; having as general objective the preparation of a feasibility study for the creation of a tourist transport company in the Latacunga city. For its realization it has been divided in six chapters. The first chapter is the statement of the problem, continued of the conceptual foundation, which is mentioned on the technical concepts and legal foundation. Subsequently it has the market study, in which it is determined the degree of acceptance in the company of tourist transport in the Latacunga city, as well as set the supply, demand and unmet demand. Followed by technical, legal, administrative study; in the technical part, it is mentioned of the macro and micro location for determine the best location of the project; in the legal part is indicated that it will be an anonymous society and according to the part administrative have structural, positional and functional organizational charts, in addition to the function's manual for the company. Sequentially the economic study and financial evaluation, was taken three simulated scenarios for determine the most convenient, despite this is not found any favorable, so, it is not viable in economic conditions and market project development and finally it mentioned about the documents for the legal constitution of a tourist transport company.

### **KEY WORDS:**

- **FEASIBILITY STUDY**
- **TRANSPORT TOURIST**
- **TIERRA DEL VOLCÁN TOURS S.A.**
- **TOURIST COMPANY**
- **LATACUNGA - TOURISM**

# CAPÍTULO I

## EL PROBLEMA

### 1.1. Planteamiento del problema

En el Ecuador, en los últimos años el transporte turístico se ha ido incrementando, debido a la afluencia de turistas, según (Coordinación General de Estadísticas e Investigación, 2014) en diciembre 2014 registra un crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, en el orden del 14% con respecto a diciembre del año 2013, igualmente en el periodo enero - diciembre de 2014 se alcanza el 14% de crecimiento en relación al mismo periodo del año anterior. Los principales mercados turísticos del país son: Colombia, Estados Unidos y Perú en mayor porcentaje, al mismo tiempo el turismo nacional con la promoción de los diferentes lugares turísticos como Quito, Guayaquil, Cuenca principalmente; es así que por el crecimiento de turistas se requiere de este medio para movilizarse de un lugar a otro visitando los diferentes atractivos turísticos.

En la provincia de Cotopaxi la presencia de empresas de transporte turístico es baja, puesto que se encuentran registrados en el catastro consolidado nacional 2013 del Ministerio de Turismo, dos empresas que ofertan dicho servicio, como son Cotullari S.A. y Comil Patria S.A. (Ministerio de Turismo, 2015)

Según (Díaz, 2013) representante de la empresa Cotullari efectuó un pedido a la Agencia de Tránsito de la provincia para analizar la autorización de salvoconducto, para que los buses del servicio interprovincial e interparroquial circulen fuera de la ruta en calidad de servicio de transporte turístico en temporada alta. Es por ello que se denota que las empresas existentes no cubren las necesidades locales, por ende existe el desaprovechamiento de la demanda de turistas, que se encuentra en

constante crecimiento por lo que se requiere de mayor presencia de prestadores de transporte turístico.

Por otro lado en la ciudad de Latacunga se tiene en cuenta que, el Aeropuerto Internacional Cotopaxi requiere de servicios turísticos de calidad, entre ellos el servicio de transporte turístico. De esta manera satisfacer las necesidades de los turistas de transportarse a los atractivos turísticos de la provincia y a las diferentes ciudades del país.

Con lo antes mencionado es propicio cubrir el nicho de mercado con nuevas propuestas de empresas de transporte turístico, generando servicio acorde, competente, que satisfaga las necesidades de transportación.

Para realizar el planteamiento del problema se ha utilizado el árbol de problemas, que se muestra en el ANEXO 1.

### **1.1.1. Formulación del problema**

¿Cómo incide la presencia de la empresa de servicio de transporte turístico en el mercado de la ciudad de Latacunga?

### **1.2. Antecedentes**

De acuerdo a la problemática, toda investigación tiene un punto de partida en la cual se basa en estudios previos permitiendo dar sustuinidad que aporte a la presente investigación, en la cual se basa en proyectos relacionados que forman parte de los antecedentes del estudio en cuestión.

Según (Jiménez, 2014) en su tema “Análisis del servicio de transporte turístico de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua, y su incidencia en la agenciación y operación de paquetes turísticos”, cuyo objetivo fue analizar el servicio del transporte turístico de la ciudad de Ambato, provincia

de Tungurahua, y su incidencia en la agenciación y operación de paquetes turísticos, con el fin de ofrecer un mejor servicio.

Según el estudio de mercado menciona que el servicio de transporte turístico no es utilizado por la falta de conocimiento de las entidades que brindan este servicio, por otro lado los turistas no reconocen alguna de las entidades existentes que se destaquen por lo que eligen recurrir al transporte convencional o público, o a su vez el uso de autos propios, además los turistas viajan en unidades de 20 a 40 pasajeros debido a que lo realizan en familia.

Últimamente concluye que el servicio de transporte turístico de la ciudad de Ambato no incide en la agenciación y operación de paquetes turísticos, siendo así necesario que los actores involucrados en la prestación del servicio dispongan de un documento guía en cuanto a formación y capacitación, teniendo en cuenta la normativa vigente y las normas INEN correspondientes al sector.

Mediante la mejora de los prestadores turísticos de las agencias de viajes y de las entidades de transporte turístico favorece al adelanto turístico del cantón Ambato, por lo que es de carácter importante el ejecutar cambios en el servicio que se ha estado brindando, para generar cambios efectivos.

Finalmente se concluye que el servicio de transporte turístico no se encuentra bien desarrollado, por lo que existen prestadores turísticos inmersos en el sector, que no cuentan con las competencias respectivas en cuanto al trato al turista, asistencia al pasajero, conocimientos de rutas turísticas, seguridad vial, por mencionar algunas, que hacen que el turista satisfaga sus requerimientos y por ende se llegue al objetivo que es el generar experiencias.

Según (Vinuesa, 2011) en su Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de transporte de carga pesada en la ciudad de Sangolquí, cuyo objetivo fue determinar la viabilidad y factibilidad del estudio, para crear una compañía de transporte pesado en la ciudad de Sangolquí, implementando estrategias técnicas, organizacionales, financieras, de mercado y de calidad, que permita contribuir al desarrollo económico del país.

Concluye que es importante para una nueva empresa tener un logotipo que identifique los servicios y productos que ofrecerá, tener estrategias a corto, mediano y largo plazo para mantener un mejor funcionamiento y satisfacer de mejor manera a los clientes. También junto a un manual de funciones se podrá controlar, motivar y exigir un buen manejo y comportamiento de las operaciones que lo empleados deben adoptar para satisfacer de mejor manera a los clientes y poder completar cada vez más ese porcentaje de insatisfacción, ayudando a la evolución de la economía del país y de la nueva empresa de transporte.

Para iniciar un proyecto es necesario el análisis del macroambiente que permite ver la situación del país, el cual interviene directamente con la creación de un proyecto y además el análisis del microambiente dentro del cual se encuentran los clientes, la competencia y los proveedores, que forman parte fundamental para mantener estabilizado el futuro negocio.

Los aspectos metodológicos aportados de acuerdo a la revisión del tema referente a un estudio de factibilidad, realiza los estudios de mercado, técnico, administrativo, legal, económico financiero los cuales son indispensables para determinar la factibilidad del nuevo proyecto, lo más importante que el autor considera es el crear la identidad de la nueva empresa ya que es por la cual los clientes la van a reconocer y por otro lado la creación de un manual que permita conocer las funciones a realizar de cada uno de los miembros de la entidad.

Según (Avilez, 2013) en su Estudio de factibilidad para la implementación de transporte de turismo personalizado en la ciudad de Guayaquil zona centro “Transportando turismo S.A.”, cuyo objetivo fue determinar la factibilidad del transporte turístico personalizado en la ciudad de Guayaquil.

Se determina el aporte positivo que tiene este proyecto hacia la necesidad que existe de una empresa que brinde este servicio en dicha ciudad, la cual se evidencia como una nueva oportunidad en el mercado laboral, presentando así valores agregados dentro del servicio a ofertar, los cuales lo diferencian de empresas que brinden servicios similares.

La metodología utilizada fue de tipo bibliográfico y de campo, que permite obtener información existente y de primera mano, que fueron utilizadas por ser los más confiables. Además se realizó encuestas para determinar la aceptabilidad de la nueva entidad y entrevistas aplicadas a funcionarios de las empresas gubernamentales, particulares asociadas a la transportación turística de la ciudad.

Así mismo los estudios, de mercado, técnico, organizacional y financiero permiten demostrar que un proyecto que se desea implementar es rentable o no financieramente.

Lo antes mencionado aporta como antecedentes al estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de transporte turístico.

### **1.3. Justificación e importancia**

El Ecuador cuenta con atractivos turísticos de gran importancia que han sido galardonados en diferentes partes del mundo, convirtiéndolo en un lugar para visitar con lo que ha permitido elevar el ingreso de turistas

extranjeros y por ende elevar la calidad de los servicios turísticos para satisfacer al turista.

Según el (Ministerio del Ambiente, 2014), el ingreso de turistas es de 139.809 personas en la provincia de Cotopaxi, en el año 2014. Considerando que la estadística presentada corresponde al ingreso de turistas en áreas protegidas, por lo que el Ministerio de Turismo de la provincia no cuenta con información referente al ingreso de turistas, por tal razón se recurre a los datos del Ministerio del Ambiente. Es por ello importante realizar un estudio de factibilidad para la creación y el servicio de una empresa de transporte turístico en la ciudad de Latacunga.

La investigación es conveniente debido a que permite determinar la factibilidad económica financiera y por ende conocer si es viable o no iniciar con los servicios de transporte turístico en la ciudad de Latacunga.

### **1.3.1. Aspecto teórico**

El transporte es un factor determinante del producto turístico. Cooper, Fletcher, et al, 2007:544 como se citó en (Viloria Cedeño, 2012) que menciona que el transporte "representa el medio de llegar al destino, es un medio necesario para los desplazamientos dentro del destino visitado y en un número reducido de casos, la propia atracción o actividad turística" (pág. 7)

Es así que hace posible se concrete el proceso de comercialización de los atractivos turísticos.

El turismo es uno de los pilares fundamentales para la economía del país, es por ello que el gobierno actual ha destinado mayor presupuesto para el sector turístico, considerando que en el año 2012 el presupuesto para el Ministerio de Turismo fue de 40 millones de dólares, mientras que, desde el 2013 hasta el 2017 se incrementará a 150 millones anuales, con la que se

ha dado paso a la promoción del país a nivel internacional. (El Universo, 2013)

La legislación turística motiva a la creación de empresas para el sector turístico puesto que se obtiene beneficios al pertenecer a dicho sector, a continuación se detalla algunos de los beneficios e incentivos expuestos en la ley de turismo; se detalla sobre la exoneración de los derechos de impuestos, derechos de registro de las empresas turísticas, acceso al crédito en las instituciones financieras; en lo que respecta a los proyectos turísticos que hayan obtenido el informe favorable por parte del Ministerio de Turismo obtienen la devolución total de los derechos arancelarios en la importación de los medios de transporte destinados para la actividad turística. (Ministerio de Turismo, 2008)

Por lo anterior mencionado con respecto a la ley, refleja un apoyo para las empresas destinadas al turismo ya que se puede obtener incentivos y beneficios que ayudan a la inversión privada para el sector turístico.

### **1.3.2. Aspecto práctico**

Se pretende llevar a cabo el estudio de factibilidad, mediante la ejecución de los diferentes estudios que lo conforman como el estudio de mercado, estudio técnico, legal, administrativo, evaluación económico- financiero. Con lo que se pretende resolver la baja presencia de empresas de transporte turístico en la ciudad.

### **1.3.3. Aspecto metodológico**

Según (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006) en su libro Evaluación de Proyectos, menciona los pasos que se deben seguir para realizar un estudio de factibilidad, dentro de los cuales se realiza los siguientes estudios: de mercado, técnico, administrativo, legal, económico y

evaluación financiera. Por otro lado la presente investigación aporta a futuras indagaciones, ya que sirve como fuente bibliográfica.

#### **1.3.4. Aspecto social**

La importancia del proyecto radica en el hecho de encontrarse ubicado en el centro del país, compuesta de atractivos turísticos próximos unos a otros y el creciente incremento de turistas que llegan al país, los cuales requieren del servicio de transporte turístico para el traslado a los distintos destinos turísticos, en las bases de esta propuesta se plantea satisfacer las necesidades de los turistas, generar fuentes de empleo e incrementar las opciones de servicio, siendo como principal beneficiarios los turistas nacionales y extranjeros que visitan los diferentes destinos turísticos del país.

Para dar validez a todo esto se hace necesario realizar un estudio de factibilidad para la creación y servicio de una empresa de transporte turístico en la ciudad de Latacunga.

#### **1.4. Objetivos**

##### **1.4.1. Objetivo general**

Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de transporte turístico en la ciudad de Latacunga.

##### **1.4.2. Objetivos específicos**

- Realizar un estudio de mercado para determinar el grado de aceptación de la empresa de transporte turístico en la ciudad de Latacunga, así como la oferta y la demanda.

- Realizar el estudio técnico, legal y administrativo para la determinación de los elementos necesarios que requiere la empresa.
- Desarrollar el estudio económico y evaluación financiera para la determinación de la factibilidad de la empresa.
- Estructurar los documentos para la creación de la empresa de transporte turístico.

## **1.5. Hipótesis**

Existe factibilidad para la creación y servicio de la empresa de transporte turístico en la ciudad de Latacunga.

### **1.5.1. Variables de la hipótesis**

- **Variable independiente**

Estudio de factibilidad

- **Variable dependiente**

Creación de la empresa de transporte turístico

## **1.6. Metodología del desarrollo**

Para el presente proyecto se utilizará el método descriptivo, el cual permite detallar los datos de una determinada población, en la que, a partir de la información obtenida de la investigación se realizará un análisis para determinar los resultados para la toma de decisiones con relación al proyecto.

### **1.6.1. Metodología específica**

Para desarrollar el proyecto se requiere realizar una serie de pasos para cumplir con los objetivos planteados en el proyecto, para lo cual se ha tomado como referencia bibliográfica al siguiente autor:

(Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006). Evaluación de Proyectos. México: McGraw – Hill/Internamericana Editores S.A de C.V.

Para determinar la factibilidad del presente proyecto se realizará el estudio de mercado, en la que se efectuara encuestas a los turistas nacionales y extranjeros, en el estudio técnico, administrativo, legal se utilizará flujo gramas para determinar los procesos que se va a realizar en el proyecto, organigramas para determinar las funciones de los miembros de la empresa.

El estudio económico – financiero se va a utilizar información establecida en el capítulo anterior para determinar los costos, se realizará el cálculo del Valor Presente Neto (VPN), el Tasa Interna de Retorno (TIR), con la utilización de fórmulas.

## **1.7. Fuentes y técnicas de recopilación de datos**

### **1.7.1. Fuentes**

Se utilizaran fuentes primarias como la encuesta ya que proporcionan información directa, actualizada y confiable; y fuentes secundarias como libros, revistas para ampliar las diferentes conceptualizaciones y criterios de los autores referente al estudio de factibilidad, el turismo y sus componentes.

### **1.7.2. Técnicas**

La encuesta se utilizará para conocer sobre el mercado existente para la empresa; se aplicará a los turistas nacionales y extranjeros.

## **CAPÍTULO II**

### **FUNDAMENTACIÓN CONCEPTUAL**

#### **2.1. Estudio de factibilidad**

De acuerdo a (Contreras, Franco, Guerra, & López, 1985), “es el estudio que nos permite conocer las bondades de la investigación en una determinada actividad, es decir que equivale a un ante-proyecto donde se presentan juicios consistentes y bien fundamentados sobre la viabilidad del proyecto” (...) (pág. 6).

Siendo así la agrupación de antecedentes que hace posible el determinar ventajas y desventajas en forma técnica y económica, al momento de invertir con la finalidad de alcanzar objetivos determinados.

La factibilidad permite determinar el grado en que, alcanzar algo es posible o las posibilidades que tiene de alcanzarse, el cual implica invertir en recursos como el tiempo, materia prima, equipos y dinero; estos recursos son limitados por lo que es importante la toma de decisiones, que pueden ser tomadas de acuerdo a un conjunto de cálculos que evidencia que la entidad se desempeñara de manera correcta y generara ganancias.

Según (Alegre, 2003), menciona que el estudio de factibilidad es “la última etapa de las actividades de planificación de pre – inversión, que culmina con la entrega de los elementos de juicios finales, para la toma de decisiones de inversión” (pág. 75). Para llevar a cabo el estudio se requiere de actividades que permitan disponer de información verás cómo es el realizar trabajo de campo, es decir obtener información de origen primario.

Como función principal del estudio de factibilidad es llevar a la decisión de invertir en un proyecto, considerando impactos probables conllevando de

esta manera a determinar si es factible de forma técnica, económicamente justificable y financieramente viable.

Según (Miranda, 2005), en el estudio de factibilidad con respecto a los diferentes estudios se requiere de cada uno de ellos puntos específicos que deben ser obtenidos; en cuanto a la parte administrativa se busca determinar un modelo idóneo para el proyecto, tomar en cuenta todas las inversiones que se sean requeridas, de la misma manera los costos de operación, el cálculo de los ingresos, las fuentes de financiamiento, la aplicación de criterios de evaluación económica y financieramente entre los más relevantes; cada uno de ellos harán posible la toma de dediciones para efectuar el proyecto.

A través del estudio de factibilidad puede ser que se opte por invertir o abandonarlo por no ser viable, beneficioso o pertinente; o se puede realizar alguna mejora tomando en cuenta diferentes indicaciones por parte de expertos a nivel empresarial.

Para llevar a cabo el estudio de factibilidad del presente proyecto se debe realizar estudios, los cuales se conceptualizan a continuación:

### **2.1.1. Estudio de mercado**

El estudio de mercado es un proceso que permite presentar información de primera mano, enfocándose principalmente en el mercado, clientes, competencia, el cual tiene como principal fin suministrar información para la toma de decisiones. A continuación se presenta a varios autores que hacen referencia al estudio de mercado:

Para (Valbuena Alvarez, 2000), el estudio de mercado permite identificar la presencia de demanda insatisfecha de un bien o servicio, así como también determinar factores como la competencia, el área de influencia, el

precio y canales de comercialización para el buen funcionamiento del proyecto.

Según (Miranda, 2005), el estudio de mercado estudia variables sociales y económicas, dependiendo del proyecto al que se enfoque, entre los que se mencionan a la tasa de crecimiento de la población, niveles de ingreso de la población, precio de bienes competitivos, entre los más relevantes.

Permitiendo de esta manera llegar a un análisis, partiendo de la recopilación de información, con lo que establece la conveniencia de dar a conocer un servicio que satisfaga las necesidades de la gente.

Para (Córdoba, 2006), el estudio de mercado radica en la interacción de oferentes y demandantes dentro de un mercado, ya sea de un bien o de un servicio, los cuales se enfocan en aspectos como la calidad, la cantidad y el precio.

Lo que pretende un estudio de mercado es estimar la cantidad de bienes o servicios que un determinado sector consumirá y que además responde a una serie de características y a un precio.

De acuerdo a (Rojas López, 2007), es la recolección de información de un mercado objetivo específico, al que se pretende satisfacer las necesidades, para lo cual, es importante tener en cuenta el servicio que se va a ofrecer y el precio.

### **2.1.2. Estudio técnico**

Según (Miranda, 2005), el estudio técnico es uno de los estudios de mayor interés dentro de un estudio de factibilidad, debido a que se compone de un conjunto de parámetros que deben llevarse a cabo para el buen funcionamiento de la empresa.

La determinación del tamaño óptimo de la empresa, es de gran importancia debido a que conlleva a la determinación de las inversiones y los costos de operación, considerando las estimaciones futuras del mercado.

Para la identificación de la localización final de la empresa, hay que tener en cuenta los costos de transporte de insumos y productos, la disponibilidad de insumos materiales y humanos, vías y medios de comunicación, normas legales, entre otros, los cuales deben ser favorables, ya que en caso de no serlo ocasiona repercusiones en los costos de operación.

La selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo, que permita el uso adecuado y óptimo de los recursos disponibles, además la identificación de los procesos a seguir, los equipos que se requieren, los insumos, la mano de obra y los modelos administrativos.

De acuerdo a (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), para realizar el estudio técnico puede subdividirse en cuatro partes que son:

La determinación del tamaño óptimo de la planta, la cual identifica de manera específica la capacidad instalada de la empresa, es decir se conocerá lo que puede llegar a producir durante un año.

La determinación de la localización óptima de la planta, hay que tener en cuenta factores cuantitativos y cualitativos para determinar la ubicación de la empresa, teniendo en cuenta que cada uno de los aspectos son importantes y no hay que tomar la decisión partiendo de un solo aspecto. Los aspectos a tomarse en cuenta según el autor son la materia prima disponible, mano de obra disponible, costo de los insumos, costo de la vida, cercanía del mercadeo.

Ingeniería del proyecto pretende resolver lo concerniente a la instalación y el funcionamiento de la planta, en la cual se detallan los procesos en los que

se encuentran los flujo gramas que describen los macro procesos y sub procesos; además se describe el equipo y maquinaria.

Análisis administrativo y legal, permite conocer la distribución administrativa dentro de la empresa, los cargos, los responsables de cada uno de las áreas, además se da a conocer un manual con las respectivas funciones a desempeñar; mientras que por la parte legal permite conocer el tipo de empresa a la que corresponde.

Para (Fernández Espinoza, 2007), el estudio técnico identifica el proceso de producción, tecnología, el tamaño del proyecto, y los costos que se requiere para iniciar el proyecto, partiendo de la utilización adecuada de los recursos para que la nueva empresa inicie su operación.

### **2.1.3. Estudio Económico – Financiero**

De acuerdo a (Ramírez, Vidal, & Domínguez, 2009), el estudio económico financiero es la parte final de un estudio de factibilidad, el cual parte de un conjunto de aspectos cuantitativos y cualitativos que son evaluados para la toma de decisiones, permitiendo medir los beneficios que se tendrá con la realización del proyecto, llegando de esta manera a determinar si es viable o no la creación de la empresa.

Según (Fernández Espinoza, 2007), para la realización de dicho estudio, se utiliza información proveniente de los estudios de mercado quien determina los posibles ingresos de acuerdo a las ventas proyectadas por el precio, así mismo del estudio técnico el cual transmite información con relación a las inversiones, los costos de operación, de producción, depreciaciones entre otras; a partir de la información proporcionada de los estudios, por medio de indicadores permite determinar si el proyecto es rentable.

Según el autor hay que tener en cuenta aspectos como: los ingresos, los costos de inversión inicial y los costos de operación del proyecto.

Para (Mokate, 2004), este estudio pretende establecer información importante acerca de las posibles fuentes y los costos del financiamiento, se pueden dar recomendaciones con relación al financiamiento y estrategia financiera para el proyecto.

Al realizar el estudio económico – financiero de acuerdo a la inversión a efectuar, determina la viabilidad o rentabilidad de la nueva empresa, la cual, en caso de ser negativa se debe tomar decisiones con relación a las alternativas financieras que se obtengan.

#### **2.1.4. Mercado**

El mercado es el principal elemento en el cual la oferta y la demanda se unen. Según (Córdoba, 2006), afirma. “El mercado es el punto de encuentro de oferentes con demandantes de un bien, o servicio, para llegar a acuerdos en relación con la calidad, la cantidad y precio” (pág. 147). Conformando de esta manera el lugar en el que se da la comercialización de un producto o servicio.

Para (Kotler & Armstrong, 2003), el mercado es la unión de los compradores reales y potenciales de un determinado bien o servicio, que tienen una necesidad, el cual, es satisfecho con la adquisición del bien o servicio.

#### **2.1.5. Oferta**

La oferta es la cantidad ya sea de productos como de servicios que se muestran en un determinado mercado. Según (Sapag Chain & Sapag Chain, 2008) afirma. “Se puede definir como el número de unidades de un

determinado bien o servicio que los vendedores están dispuestos a ofrecer a determinados precios” (pág. 55). A través de un producto o servicio proveen distintas formas de satisfacer una necesidad.

Para (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), representa la capacidad de bienes o servicios que los productores (oferentes), ponen a disposición en el mercado a un evidente precio.

### **2.1.6. Demanda**

Responde a la cantidad de productos o servicios que son necesarios para los consumidores y que están dispuestos a adquirir a un precio específico.

Según (Valbuena Alvarez, 2000), la demanda es el conjunto de bienes o servicios solicitados por los clientes (mercado), para satisfacer las necesidades o requerimientos de la sociedad con el fin de adquirir o consumir.

Existen componentes que intervienen en la demanda, como son el precio tanto de bienes y servicios, los ingresos, la distribución entre los consumidores, precio de productos y servicios competitivos y las preferencias del cliente final.

## **2.2. Turismo**

Según (Novás, 2006), el turismo es la agrupación de actividades que efectúan las personas al trasladarse a diferentes lugares realizadas fuera del lugar habitual en donde residen, por un tiempo menor a un año, con motivo de entretenimiento, actividades comerciales entre otros.

Para (Castro, 2010), el turismo no es tan solo el viaje de turistas, sino que también, encierra todo el proceso de organización, promoción y la prestación

de los servicios que son requeridos por los turistas, lo que hace que se genere relaciones y efectos tanto en los viajeros como en los prestadores turísticos.

El turismo es el movimiento de las personas hacia un destino diferente al usual y de su trabajo, en un temporal periodo de tiempo, el cual debe ser menor a un año, dentro de este se realizan actividades turísticas que brindan al turista la posibilidad de distracción y disfrute.

## **2.2.1. Turismo interno y receptivo en el Ecuador**

### **2.2.1.1. Turismo interno**

Según (Castro, 2010), el turismo interno es también llamado turismo doméstico o nacional, este se enfoca principalmente en el viaje que realizan las personas nacidas y residentes a los diferentes destinos turísticos de un país dentro de su territorio.

Lo que permite conocer lo propio de un país, además que es una posibilidad de hacer turismo, ya que para ciertas personas sus ingresos no les permiten viajar hacia países extranjeros.

Según (Ministerio de Turismo, 2012), hace referencia a las características del turista nacional de acuerdo al tipo de transporte que utilizan los turistas en los viajes, es en un 51,12% por autobús como principal medio de transporte, el 39,59% se utilizaron en vehículo propio. Lo que permite determinar que los turistas nacionales requieren de un medio de transporte para el traslado a los diferentes destinos turísticos del país.

### **2.2.1.2. Turismo Receptivo**

De acuerdo a (Castro, 2010), indica que el turismo receptivo forma parte del turismo internacional, dentro de este se encuentra los extranjeros y nacionales residentes en otros países que visitan un país diferente al que habitan.

De acuerdo a (Ministerio de Turismo, 2015), en el primer trimestre del año, se ha incrementado en un 6,4% en comparación del año anterior con 416.037 visitantes extranjeros. Lo que demuestra un crecimiento sostenido en la llegada de visitantes, demostrando de esta manera las variaciones positivas que tiene el país año tras año.

### **2.2.2. Sistema Turístico**

Los viajes se fueron dando con el fin de aprovechar el tiempo libre, a través de esto, se fueron dando distintas actividades sin planificación, además, con él se fueron suscitando una serie de necesidades que deberían ser solventadas, en primer lugar con los entes privados y posteriormente con los públicos, para satisfacer los requerimientos del turista y que cada vez fueron mejorando, generando confort. Con el desarrollo del turismo se han ido dando una serie de relaciones, las mismas que forman el sistema turístico.

(Boullon, 2004), indica que el sistema turístico es un conjunto de factores, en donde la oferta turística y la demanda turística se encuentran mediante el proceso de venta del producto turístico, que conjuntamente con la infraestructura turística hacen la estructura de producción del sector; otro de los elementos es la superestructura turística que es la encargada de controlar el buen funcionamiento e interrelación del sistema.

### **2.2.2.1. Demanda Turística**

Según (Boullon, 2004), en primera instancia considera a la demanda como el total de turistas que asisten a un determinado sector atractivo para el turista.

La demanda turística es el conjunto de los bienes y servicios solicitados por los consumidores, específicamente en los sitios que visitan, los cuales consumen tanto los servicios como las instalaciones creadas para su esparcimiento y disfrute creando experiencias en el turista.

### **2.2.2.2. Oferta Turística**

De acuerdo a (Boullon, 2004), sostiene que la oferta turística se integra por los servicios que suministran los elementos de la planta turística y por algunos bienes no turísticos, quienes son comercializados a través del sistema turístico. Además es esencial en un destino, ya que es la razón por la que el turista se mueve a un lugar turístico.

La oferta turística consiste en el conjunto de elementos que hacen que el turista tenga experiencias únicas en un destino turístico determinado, es decir de elementos que cautivan, haciéndolo atractivo y consiguiendo satisfacer las necesidades y expectativas del turista, está compuesta por elementos como los atractivos turísticos, la planta turística (equipamiento e instalaciones), infraestructura y superestructura.

### **2.2.2.3. Producto Turístico**

Para (Boullon, 2004), partiendo de la oferta turística menciona que el producto turístico traduce al mismo concepto es decir que está formado por los bienes y servicios que integran la oferta. En primera instancia los bienes son los que se producen y se pueden almacenar, estos se comercializan a

través del turismo; con respecto a los servicios, son realmente un producto turístico, pero no el único ni el más significativo, ya que los servicios son un medio más que un fin.

El turista cuando viaja requiere de un lugar en donde dormir, comer y trasladarse que son servicios básicos y elementales pero lo que realmente mueve al turista es realizar actividades. En si el producto turístico permite pasear, visitar los atractivos o hacer deportes.

#### **2.2.2.4. Planta Turística**

(Boullon, 2004), sostiene que la planta turística es un subsistema el cual elabora los servicios que se venden a los turistas. Esta comprende de dos componentes que son los equipamientos y las instalaciones.

Al hablar de los equipamientos turísticos se trata de los establecimientos administrativos quienes son los encargados de brindar los servicios básicos al turista, dentro de este se encuentran los establecimientos hoteleros, de alimentación, de esparcimiento y otros servicios.

Las instalaciones turísticas hacen referencia a las construcciones especiales que hacen que se facilite la práctica de actividades puramente turísticas.

La planta turística es el conjunto de empresas relacionadas al sector, tanto públicas como privadas encargadas de facilitar la estancia al turista, ofreciendo lugares para satisfacer las necesidades básicas del turista.

#### **2.2.2.5. Atractivos Turísticos**

Para (Boullon, 2004), consisten en la materia prima de la industria turística, siendo así la base fundamental de la cual parte el turismo y es la

razón principal por la que los turistas visitan un país o región. A partir de los atractivos turísticos se puede dar inicio y construir la planta turística que permita el desarrollo de la zona o sector en la que se encuentre.

Los atractivos turísticos consisten en los bienes materiales o inmateriales que puede llegar a convertirse en producto turístico y que son puestos a disposición de los turistas, el cual motiva al movimiento de la demanda turística.

#### **2.2.2.6. Infraestructura**

(Boullon, 2004), considera que es la dotación de bienes y servicios con que cuenta un país para sostener sus estructuras sociales y productivas. Dentro de esta se encuentran la educación, los servicios sanitarios, la vivienda, los transportes, las comunicaciones y la energía. La infraestructura pretende unir entre sí a los asentamientos humanos y solventar las necesidades, permitiendo de esta manera la circulación de las personas, las mercaderías, fluidos, energía y noticias.

La infraestructura se divide en externa, la misma que es general porque sirve a todos los sectores sin pertenecer especialmente a alguna de ellos; e interna que se divide en dos formas, en primera instancia se trata de infraestructura urbana que resume a todas las redes que prestan servicios indistintamente a las diferentes actividades de una ciudad; la segunda forma corresponde a la dotación que se da a sí mismo a un sector, para operar en una localización precisa, con la cual, en efecto se habla de infraestructura turística. Se clasifica en transporte, comunicaciones, sanidad, energía, que corresponde a las categorías.

La infraestructura son los elementos que facilitan los servicios que precisamente no son turísticos, pero que mediante ellos hace posible el funcionamiento de los servicios turísticos.

### **2.2.2.7. Superestructura**

(Boullon, 2004), indica que son todos los organismos especializados, tanto públicos como privados, el cual perciben la función de regular según corresponda el funcionamiento de cada una de las partes del sistema. De esta manera hacer que el resto de los componentes se interrelacionen y se vayan fusionando para brindar un buen servicio a los turistas.

La superestructura comprende los entes encargados del turismo que mediante la legislación turística regulan a todos los establecimientos relacionados con el sector, permitiendo de esta manera que el turista reciba todos los servicios de manera adecuada y de buena calidad generando así experiencias positivas que hagan que quiera regresar.

### **2.2.3. Transporte**

El transporte es el medio que permite la movilización de un lugar a otro. (De la Torre, 2000), afirma que es “un artefacto, un carruaje, una embarcación o litera, que sirve para transportar personas o cosas de una parte a otra” (pág. 11).

El transporte permite el traslado desde el punto de origen hacia el destino, siendo de esta manera una actividad que hace posible el movimiento de viajeros, mercaderías.

### **2.2.4. Tipos de Transporte**

(De la Torre, 2000), menciona que los medios de transporte se clasifican en acuáticos, aéreos y terrestres.

- **Transporte Acuático**

El transporte se lo realiza en medio del agua, dentro de este se divide en marítima que ofrece el servicio regular como los cruceros, transoceánicos entre los más reconocidos; el fluvial como los botes recreativos y deportivos y finalmente el lacustre como las lanchas deportivas y de recreo.

- **Transporte aéreo**

El transporte se efectúa en el aire, generando los servicios de manera regular, dentro de los servicios que ofrece son los servicios fletados conocidos como “chárter”, de renta de aviones pequeños, aviones particulares y helicóptero; permitiendo de esta manera el trasladarse grandes distancias.

- **Transporte terrestre**

El transporte se lo realiza por vía terrestre, dentro de este se encuentran los ferrocarriles que ofrecen el servicio regular y turístico; los autobuses que disponen el servicio regular, turístico y alquiler con fines turísticos; los automóviles brindan el servicio de renta, servicio turístico, taxi y particulares; las motocicletas y bicicletas.

### **2.2.5. Transporte Terrestre Turístico**

De acuerdo al Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, resolución No. 108-DIR-2014-ANT (Agencia Nacional de Tránsito, 2014), define en el capítulo I, objeto, definición y ámbito de competencia al transporte terrestre turístico en el siguiente artículo:

**Artículo 4.- Transporte terrestre turístico.-** Se considera como transporte terrestre turístico a la movilización de personas que tengan la condición de turistas o excursionistas, en vehículos de compañías autorizadas a la prestación del servicio de transporte terrestre turístico, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico, mediante el pago acordado libremente por las partes. (pág. 4)

Para (De la Torre, 2000), considera que el transporte turístico “es el elemento o recurso que forma la base de distribución geográfica que obedece a los movimientos turísticos, llámense estos, turismo receptivo, emisor o interno” (pág. 17).

El transporte terrestre turístico es el conjunto de empresas destinadas a la prestación de servicios netamente turísticos, a los turistas tanto nacionales como extranjeros que se desplazan de un lugar a otro por un periodo de tiempo establecido.

#### **2.2.6. Clasificación del Transporte Terrestre Turístico**

De acuerdo al Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, resolución No. 108-DIR-2014-ANT (Agencia Nacional de Tránsito, 2014), en el capítulo II, se menciona la clasificación del transporte terrestre turístico:

**Artículo 8.- Clasificación del transporte terrestre turístico.-** El transporte turístico se clasifica de la siguiente manera:

##### **1. Según el ámbito de operación:**

- a) Transporte Terrestre Turístico Nacional;
- b) Transporte Terrestre Turístico Transfronterizo, y,
- c) Transporte Terrestre Turístico Internacional.

##### **2. Según el tipo de servicio:**

- a) Traslado;
- b) Excursión;

- c) Gira; y,
- e) Circuito Cerrado. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 5)

En el título II, del transporte terrestre turístico, capítulo I se menciona la definición de la clasificación del transporte terrestre turístico según el ámbito de operación:

**Artículo 9.- Transporte Terrestre Turístico Nacional.-** Es aquel que se presta a través de compañías de transporte terrestre debidamente habilitadas para trasladar turistas o excursionistas dentro del territorio nacional, ámbito que se sujetará a las disposiciones vigentes en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y demás disposiciones emanadas desde la Agencia Nacional de Tránsito. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 6)

**Artículo 10.- Transporte Terrestre Turístico Transfronterizo.-** Es aquel que se presta a través de compañías de transporte debidamente habilitadas para trasladar turistas o excursionistas dentro de la zona de integración fronteriza definida por el Ecuador con Colombia y Perú, en los sectores que para el efecto determine la ANT, al amparo de los respectivos acuerdos bilaterales y a las disposiciones vigentes en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 6)

**Artículo 11.- Transporte Terrestre Turístico Internacional.-** Es aquel que se presta a través de compañías de transporte debidamente habilitadas para trasladar turistas o excursionistas desde algún lugar del territorio nacional, ingresa al territorio de otro país y concluye en algún lugar de éste, o en su defecto, retorna a su lugar de origen en el territorio nacional. Se rige por los tratados, convenios y acuerdos internacionales de transporte terrestre turístico, suscritos por el Ecuador con otros países. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 6)

En el capítulo II, se menciona la definición de la clasificación del transporte terrestre turístico, de acuerdo al tipo de servicio:

**Artículo 12.- Traslados.-** Consiste en el transporte de turistas o excursionistas desde los terminales de arribo hacia los establecimientos de alojamiento y viceversa; o de estos últimos, hasta un sitio de interés turístico específico y viceversa. Puede ser de ámbito nacional, transfronterizo e internacional y prestado únicamente a través de

compañías de transporte terrestre turístico debidamente autorizadas. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 6)

**Artículo 13.- Excursión.-** Es la movilización por motivo de ocio, visita o expedición, a un lugar distinto al de su lugar habitual. Esta movilización puede ser contratada a través de agencias de viaje operadoras o dual, pero la realizan exclusivamente las compañías de transporte terrestre turístico debidamente habilitadas, dentro o fuera de la ciudad o centro poblado donde se origina el servicio que recorre uno o más sitios de interés turístico, retornando al lugar de origen, sin que esto incluya pernoctación en otro lugar distinto al de origen. Cuando incluya el servicio de guianza, el servicio de excursión deberá ser contratado a través de una agencia de viajes operadora o dual.

La compañía de transporte terrestre turístico que presta este tipo de servicio estará debidamente autorizada por la ANT. Puede ser de ámbito nacional, transfronterizo o internacional, sujeto éstos últimos a las disposiciones que de carácter internacional se encuentren vigentes. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 6)

**Artículo 14.- Gira.-** Consiste en el transporte de turistas entre sitios de interés turístico, con itinerario fijo y preestablecido que se inicia en una ciudad o centro poblado distinto al que concluye. Este tipo de servicio estará siempre ligado a un paquete turístico que podrá incluir pernoctación, alimentación guianza u otros servicios turísticos afines. Tanto el servicio de transportación como el paquete turístico deberá ser contratado exclusivamente a través de una agencia de viaje operadora o dual, la misma que ofertará el servicio de transporte mediante una compañía de transporte terrestre turístico debidamente autorizada por la Agencia Nacional de Tránsito. Puede ser de ámbito nacional, transfronterizo o internacional. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 7)

**Artículo 15.- Circuito Cerrado.-** Consiste en el transporte de un grupo organizado de turistas con un recorrido preestablecido y que partiendo de una ciudad o centro poblado, recorre sitios de interés turístico en otras localidades, con fechas y ciudades determinadas, retornando siempre al lugar de origen.

Este tipo de servicio estará siempre ligado a un paquete turístico que podrá incluir pernoctación, alimentación, guianza u otros servicios turísticos afines. Tanto el servicio de transportación como el paquete turístico deberá ser contratado exclusivamente a través de una agencia de viaje operadora o dual y cuyo servicio de transporte será prestado por

compañías de transporte terrestre turístico autorizadas por la ANT. Puede ser de ámbito nacional, transfronterizo o internacional. (pág. 7)

### **2.2.7. El Transporte Turístico en el Ecuador**

Tomando en cuenta los datos de (Ministerio de Turismo, 2015), correspondiente al Catastro de Transporte Terrestre Turístico se aprecia que en el Ecuador se encuentran 117 empresas de transporte terrestre turístico registradas, de las cuales 2 se encuentran operando en la provincia de Cotopaxi.

En la región Costa, se encuentran registradas 17 empresas de transporte terrestre turístico, en provincias como Esmeraldas, Manabí, el Guayas, Santa Elena y el Oro, a continuación se muestra:

**Tabla 1****Empresas de transporte terrestre turístico en la Región Costa**

	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>PARROQUIA</b>
1	Paltantours	Santa Elena	La libertad	La libertad
2	Turistarqui	Manabí	Manta	Manta
3	Vanservice Internacional	Guayas	Guayaquil	Guayaquil
4	Gitewa S.A.	Guayas	Guayaquil	Guayaquil
5	Vansertrans S.A.	Guayas	Guayaquil	Guayaquil
6	Ecuadorianbus – charter	Guayas	Guayaquil	Guayaquil
7	Seturna	Guayas	Guayaquil	Guayaquil
8	Transporte Terrestre Transfrosur	Guayas	Guayaquil	Guayaquil
9	Fast Tour vip	Esmeraldas	Esmeraldas	Esmeraldas
10	Oroyplatatours S.A.	El oro	Zaruma	Zaruma
11	Combalmart cia. Ltda	El oro	Marcabeli	Marcabeli
12	Litoral Trans S.A.	El oro	Huaquillas	Huaquillas
13	Transhualtaco S.A.	El oro	Huaquillas	Huaquillas
14	Transfrosur Cia. Ltda.	El oro	Huaquillas	Huaquillas
15	Akitransport S.A.	El oro	Machala	Machala
16	Serviklasss S.A.	El oro	Machala	Machala
17	Transorviajes S.A.	El oro	Machala	Machala

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

En la región Sierra se encuentran registradas 91 empresas de transporte terrestre turístico, distribuidas en las provincias de Imbabura, Pichincha, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo, Cañar, Azuay y Loja; que a continuación de muestra:

Tabla 2

## Empresas de transporte terrestre turístico en la Región Sierra

	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>PARROQUIA</b>
1	Trans Rabbit S.A	Tungurahua	Baños	Baños
2	Transinfinitour	Tungurahua	Baños	Baños
3	Naucocintour	Tungurahua	Baños	Baños
4	Caña Mandur viajes y Servicios Turísticos	Tungurahua	Baños	Baños
5	Pazmifrey cia. Ltda	Tungurahua	Ambato	Ambato
6	Traexturey Transportes Express y Turismo Camino el Rey CIA.	Tungurahua	Ambato	Ambato
7	Ambaturismo	Tungurahua	Ambato	Ambato
8	Turismo vehículos provinciales ejecutivos	Tungurahua	Ambato	Ambato
9	Christland Service and Company	Pichincha	Rumiñahui	Sangolquí
10	Transporte T. e Institucional ESTYSAN C.A.	Pichincha	Rumiñahui	Sangolquí
11	Operadora de turismo y transporte misterios del info	Pichincha	Quito	Tababela
12	Quinde Advent Cia. Ltda.	Pichincha	Quito	San Antonio
13	Caminos Ecuador Tour Operator	Pichincha	Quito	San Antonio
14	Hop on Ecuador	Pichincha	Quito	Puembo
15	Especialtrans	Pichincha	Quito	Puembo
16	Chaupimundo	Pichincha	Quito	Cumbaya
17	Equinoccial Explorer line	Pichincha	Quito	Quito
18	Orienpetrotur S.A.	Pichincha	Quito	Quito
19	Transbienturis	Pichincha	Quito	Quito
20	Compañía de Transporte Turístico Manuel Hidalgo e Hijos y as	Pichincha	Quito	Quito
21	Compañía anónima de Transporte Turístico e Internacional Tou	Pichincha	Quito	Quito

CONTINÚA 

22	Buscharter	Pichincha	Quito	Quito
23	Annytour	Pichincha	Quito	Quito
24	Areia Tours	Pichincha	Quito	Quito
25	Rogtours	Pichincha	Quito	Quito
26	Línea de transportes expreso continental	Pichincha	Quito	Quito
27	Selvy Viajes	Pichincha	Quito	Quito
28	Transluat	Pichincha	Quito	Quito
29	Visitecuador	Pichincha	Quito	Quito
30	Transportes Turísticos Vikingotour	Pichincha	Quito	Quito
31	Juan Mogollon	Pichincha	Quito	Quito
32	Exploracion Turística	Pichincha	Quito	Quito
33	Tourvanfriend	Pichincha	Quito	Quito
34	Zyrkan Correo Tour Ejecutivo Suc.	Pichincha	Quito	Quito
35	Damari tour	Pichincha	Quito	Quito
36	Servicios Turísticos Milenium tours	Pichincha	Quito	Quito
37	Exclusivans	Pichincha	Quito	Quito
38	Carrasco Pazmiño Trasportes de Turismo CPT	Pichincha	Quito	Quito
39	Compañía de Transporte Turístico Airportmega	Pichincha	Quito	Quito
40	Aventuras y Distracción Turísticos "Andinatur"	Pichincha	Quito	Quito
41	Progreso y Desarrollo Turístico del Ecuador PROTUR	Pichincha	Quito	Quito
42	Trans Magic	Pichincha	Quito	Quito
43	Girasoltour	Pichincha	Quito	Quito
44	Transporte Rio Bravo	Pichincha	Quito	Quito
45	Andean Transport Company	Pichincha	Quito	Quito
46	Transporte Ecológico de Turistas TET	Pichincha	Quito	Quito
47	Transelecto B.A.	Pichincha	Quito	Quito
48	Jorge Ledesma	Pichincha	Quito	Quito
49	Tourispasa	Pichincha	Quito	Quito
50	Salazar Moran	Pichincha	Quito	Quito

CONTINÚA 

51	Marcotour	Pichincha	Quito	Quito
52	Transporte Turístico Encumbrar Jaguyana	Pichincha	Quito	Quito
53	Geodesitransur	Pichincha	Quito	Quito
54	Trans. Y tur. Marcelo Albuja	Pichincha	Quito	Quito
55	Trans Rabbit – principal	Pichincha	Quito	Quito
56	Santitours	Pichincha	Quito	Quito
57	Flotur	Pichincha	Quito	Quito
58	Cia. Trans Epicentro	Pichincha	Quito	Quito
59	Atlasopetrans	Pichincha	Quito	Quito
60	Compañía de Transporte Corinan Touring	Pichincha	Quito	Quito
61	Compañía de Transporte de Turismo Sol & Arena TRANSARENSOL S.A.	Pichincha	Quito	Quito
62	Mokachinoexpress S.A.	Pichincha	Quito	Quito
63	Operadores de Turismo Receptivo y Servicios Convexos Achupal	Pichincha	Quito	Quito
64	Cabrera González y Asociados	Loja	Saraguro	Saraguro
65	Ejecutivexpress	Loja	Loja	Loja
66	T.T.U.R.O.T	Imbabura	Otavalo	Otavalo
67	Sinfonía Norteña Tusinnor Cia Ltda	Imbabura	Ibarra	Ibarra
68	Geaturim	Imbabura	Ibarra	Ibarra
69	Megatours Viajes y Turismo Cia. Ltda.	Imbabura	Ibarra	Ibarra
70	National Travel C.A.	Chimborazo	Riobamba	Riobamba
71	Interangeles Tours	Chimborazo	Riobamba	Riobamba
72	Rioempres Tours	Chimborazo	Riobamba	Riobamba
73	Compañía de Transporte Turístico Comil Patria	Cotopaxi	Latacunga	Latacunga
74	Compañía de Transporte Turístico Cottullari	Cotopaxi	Latacunga	Latacunga
75	Calle Pesantez S.A.	Cañar	La troncal	La troncal
76	Manhattan Turs	Cañar	Azogues	Azogues

CONTINÚA 

77	Ecuacañar	Cañar	Azogues	Azogues
78	Condortours	Azuay	Cuenca	Cuenca
79	Repatrans	Azuay	Cuenca	Cuenca
80	Luexcel Trans	Azuay	Cuenca	Cuenca
81	Ciudad Roja	Azuay	Cuenca	Cuenca
82	Translatoreadora	Azuay	Cuenca	Cuenca
83	Laquerama	Azuay	Cuenca	Cuenca
84	Confortravel	Azuay	Cuenca	Cuenca
85	Carpio Molina	Azuay	Cuenca	Cuenca
86	Linetours	Azuay	Cuenca	Cuenca
87	Fernandstours	Azuay	Cuenca	Cuenca
88	Van Service	Azuay	Cuenca	Cuenca
89	Aventura	Azuay	Cuenca	Cuenca
90	Contratufaviz	Azuay	Cuenca	Cuenca
91	Cotratudosa	Azuay	Cuenca	Cuenca

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

En la región Amazónica se encuentra registradas 4 empresas de transporte terrestre turístico, en las provincias de Sucumbíos, Orellana y Pastaza, que a continuación de muestra:

**Tabla 3**

**Empresas de transporte terrestre turístico en la Región Amazónica**

	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>PARROQUIA</b>
1	Transtamya	Orellana	Loreto	Loreto
2	Compañía de Transporte y Turismo Desadaygroup S.A.	Sucumbíos	Lago Agrio	Nueva Loja
3	Sachapiturys	Sucumbíos	Lago Agrio	Nueva Loja
4	Comtatours	Pastaza	Pastaza	Puyo

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)

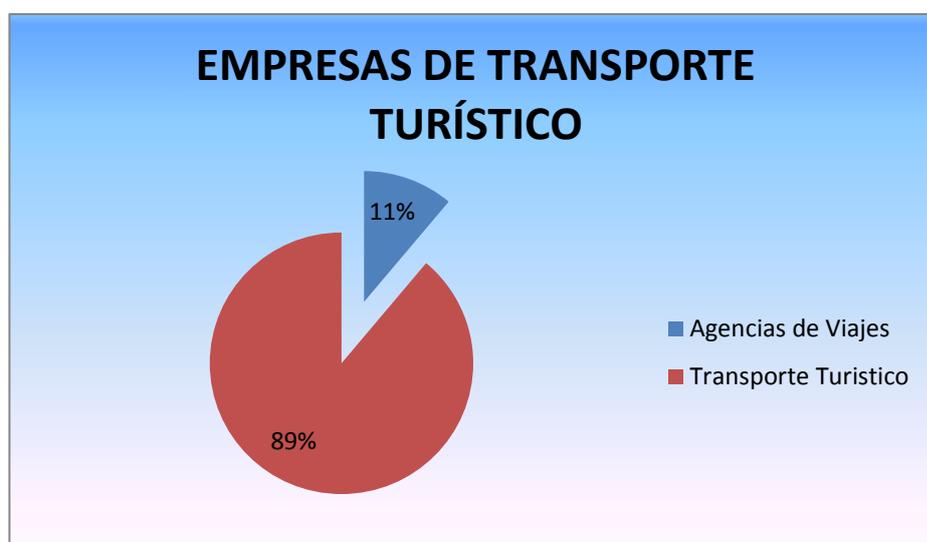
En la región Insular se encuentran registradas 5 empresas de transporte terrestre turístico, que a continuación de muestra:

**Tabla 4**

**Empresas de transporte terrestre turístico en la Región Insular**

	<b>NOMBRE DE LA EMPRESA</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>CANTON</b>	<b>PARROQUIA</b>
1	Islas de Fuego	Galápagos	Santa Cruz	Puerto Ayora
2	Isecansa	Galápagos	Santa Cruz	Puerto Ayora
3	Transturpetrel	Galápagos	San Cristóbal	Puerto Baquerizo Moreno
4	Contratur San Cristóbal	Galápagos	San Cristóbal	Puerto Baquerizo Moreno
5	Galatrans	Galápagos	San Cristóbal	Puerto Baquerizo Moreno

Fuente: (Ministerio de Turismo, 2015)



**Figura 1 Composición del Transporte Turístico en el Ecuador**

Fuente: Tabla 1; 2; 3 y 4.

## **INTERPRETACIÓN:**

Como se puede apreciar, las empresas de transporte terrestre turístico registradas en el catastro a nivel del país corresponde a un total de 117 de las cuales, el 9,4 % son agencias de viajes que tienen dentro de los servicios su transporte propio, sin que tenga necesidad de contratar a otra empresa de transporte y el 90,6% restante corresponde a las empresas que se dedican exclusivamente a la prestación del servicio de transporte turístico.

Las empresas cuentan con buses para hasta 45 pax, furgonetas, busetas, camionetas 4x4, que se ajustan a las necesidades de los turistas dependiendo del destino turístico. Por otro lado, ciertas empresas no disponen de una página web que permita conocer al turista sobre los servicios que dispone, apareciendo en directorios, páginas de negocios, páginas amarillas que disponen de poca información.

Varias de las empresas de transporte terrestre turístico en el país se encuentran constituidas como Compañías Limitadas, Sociedad Anónima y varias funcionan bajo la ilegalidad. Las empresas brindan el servicio de transportar a los turistas ciertas de ellas tienen un buen posicionamiento en el mercado.

Con lo mencionado se determina que existe mayor número de empresas de transporte terrestre turístico que se dedican únicamente a brindar el servicio como tal y existe en menor cantidad entidades que son agencias de viajes que disponen de transporte turístico propio, lo que conlleva a establecer que no es necesario depender de una agencia de viajes, sino que más bien se generan alianzas estratégicas con las empresas de transporte terrestre turístico para brindar dicho servicio.

Con el actual Reglamento de Transporte Terrestre Turístico las agencias de viajes operadoras, los establecimientos de alojamiento, no pueden brindar el servicio de transporte terrestre turístico. De la misma manera las

empresas de transporte turístico no pueden incluir los servicios propios de operación de un paquete turístico, ya que deben regirse únicamente al servicio de movilización de los turistas, en el caso de hacerlo serán sancionados acorde al organismo competente. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014)

Es así que cada una de las empresas inmersas en el turismo destinadas a satisfacer las necesidades de los turistas debe regirse únicamente a la razón social con la cual han sido creadas y que son la razón de ser de la entidad.

## **2.3. FUNDAMENTACION LEGAL**

### **2.3.1. Ley de Turismo**

De acuerdo a Ley 97. Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2008), Registro Oficial Suplemento 733 de 27 de Diciembre del 2002, última modificación 06 de Mayo del 2008.

Se menciona en el capítulo I, en generalidades sobre los principios de la actividad turística, que se muestra en el siguiente artículo:

**“Art. 3.-** 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, 2008, pág. 1).

En el capítulo VII, de los incentivos y beneficios en general, se indican los siguientes artículos que favorecen al empresario turístico:

**Art. 26.-** Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuesto que graven los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de noventa días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar la exoneración contempla en el presente artículo;

2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresa cuya finalidad principal sea el turismo, calificadas en el Ministerio de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, asimismo, por el Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones. (Ministerio de Turismo, 2008, págs. 5, 6)

**Art. 27.-** Las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial que se dicte sobre la materia. (Ministerio de Turismo, 2008, pág. 6)

**Art. 32.-** Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrar ante el Ministerio de Turismo los

precios de los servicios al usuario y consumidor antes y después de recibidos los beneficios. La información que demuestre el cumplimiento de esta norma deberá ser remitida anualmente por el Ministerio de Turismo al Servicio de Rentas Internas para el análisis y registro correspondiente. (Ministerio de Turismo, 2008, pág. 7)

**Art.34.-** Para ser sujeto de los incentivos a que se refiere esta Ley el interesado deberá demostrar:

- a) Haber realizado las inversiones y reinversiones mínimas que el reglamento establezca, según la ubicación, tipo o subtipo del proyecto, tanto para nuevos proyectos como para ampliación o mejoramiento de los actuales dedicados al turismo receptivo e interno;
- b) Ubicación en las zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico; y,
- c) Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada. (Ministerio de Turismo, 2008, pág. 7)

**Art. 37.-** Los bienes importados bajo el amparo de esta Ley no podrán ser vendidos, arrendados, donados ni cedidos a terceros bajo cualquier otra modalidad, antes del periodo de depreciación contable del bien. El quebrantamiento de esta norma será sancionado con el triple del valor de los derechos arancelarios que fueron objeto de exoneración.

No se aplicara esta disposición en el caso de traspaso de dominio a otro prestador de servicios turísticos, calificados por el Ministerio de Turismo. (Ministerio de Turismo, 2008, pág. 8)

### **2.3.2. Reglamento de Transporte Terrestre Turístico**

De acuerdo al Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, Resolución No. 108 –DIR-2014-ANT (Agencia Nacional de Tránsito, 2014).

En el capítulo I, del objeto, definición y ámbito de competencia, se muestran los siguientes artículos:

**Artículo 1.- Objeto.-** El presente reglamento tiene como objeto regular el servicio de transporte turístico a nivel nacional, especificar el ámbito de competencia de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) y la Autoridad Nacional de Turismo, y establecer las normas a las que se sujetarán las personas jurídicas que se encuentren autorizadas para ejercer en forma habitual esta actividad. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 3)

**Artículo 2.- Observancia.-** Estarán sujetos a las disposiciones del presente reglamento, en su respectivo ámbito de acción:

1. Las compañías de transporte autorizadas a la prestación de servicio de transporte terrestre turístico;
2. Las agencias de viajes operadoras y duales;

Adicionalmente, darán plena observancia a las disposiciones contenidas en el presente instrumento los funcionarios competentes de la Agencia Nacional de Regulación y Control de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial (ANT), Autoridad Nacional de Turismo y agentes de control a nivel nacional. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 3)

**Artículo 6.- Ámbito de Operación.-** El servicio de transporte terrestre turístico será prestado a nivel nacional exclusivamente por las compañías de transporte terrestre habilitadas por un permiso de operación de transporte terrestre turístico, debidamente otorgado por la Agencia Nacional de Tránsito para el ámbito de operación nacional. El servicio de transporte terrestre podrá ser contratado a través de agencias de viaje operadoras o dual, pero prestado exclusivamente por las compañías de transporte terrestre habilitadas.

En el ámbito transfronterizo e internación, el permiso de operación será otorgado por la ANT de conformidad a los convenios y normas internacionales vigentes. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 5)

**Artículo 7.- Evaluación del servicio de Transporte Terrestre Turístico.-** La evaluación en la prestación del servicio de transporte terrestre turístico a nivel nacional, al amparo de lo dispuesto en la normativa en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial vigente, será ejercido por la ANT.

A fin de verificar que el servicio prestado por las compañías de transporte terrestre turístico se desarrolle en condiciones de seguridad y cumplimiento de los estándares mínimos de prestación del servicio, la evaluación entre ANT y la Autoridad Nacional de Turismo será de forma coordinada, en el ámbito de sus competencias. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 5)

**Artículo 17.- Prohibición.-** En ningún caso el servicio de transporte terrestre turístico directamente por las compañías autorizadas por la Agencia Nacional de Tránsito podrá incluir los servicios propios de una operación o paquete turísticos, como el alojamiento, alimentación, guianza, entre otros, limitándose a las compañías de transporte terrestre autorizadas a prestar únicamente el servicio de movilización de los turistas o excursionistas conforme su ámbito de operación y tipo de servicio.

La inobservancia de la presente disposición constituirá falta administrativa sancionada conforme lo prevé la Ley Orgánica de Transporte terrestre, Tránsito y Seguridad Vial y demás normativa aplicable. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 7)

En el capítulo III, del servicio de transporte terrestre turístico se menciona los siguientes artículos:

**Artículo 19.- ÁMBITO DE OPERACIÓN.-** El transporte terrestre turístico puede ser de ámbito turístico nacional, turismo transfronterizo y turismo internacional, de conformidad con lo dispuesto en la normativa que en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial se encuentre vigente, reglamentos aplicativos y la presente regulación. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 8)

**Artículo 20.- Requisitos para realizar el Servicio de Transporte Terrestre Turístico.-** El servicio de transporte terrestre turístico será prestado únicamente por personas jurídicas debidamente constituidas y autorizadas por la ANT y que cuenten con el último habilitante vigente, extendido por dicha entidad, al amparo de las disposiciones contenidas en la normativa internacional y nacional vigente en materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.

Para la prestación del servicio de transporte terrestre turístico, la persona jurídica deberá constituirse con el objeto exclusivo de prestación del servicio de transporte terrestre turístico, obtener el permiso de operación en la modalidad “comercial turístico” otorgado por la ANT y contar con el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, otorgada éstos últimos por la Autoridad Nacional de Turismo. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 8)

**Artículo 21.- Prohibición.-** Las agencias de viaje operadoras o duales y los establecimientos de alojamiento, están prohibidos y no podrán bajo ningún concepto, modalidad o motivo realizar transporte terrestre turístico o transporte de pasajeros.

Ningún prestador de servicio de transporte terrestre público, por cuenta propia, particular o comercial distinto al turístico, podrá realizar las actividades de operación de transporte terrestre turístico detalladas en el presente Reglamento. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 8)

En el capítulo VI, de las prohibiciones, se menciona sobre la contratación del servicio de transporte terrestre turístico:

**Artículo 37.- CONTRATACIÓN DEL SERVICIO.-** Las personas naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras que requieran contratar el servicio de transporte terrestre turístico, no podrán contratar el mismo a personas que

no se encuentren autorizadas por la ANT y debidamente registradas por la Autoridad Nacional de Turismo para la prestación de este servicio. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 16)

**Artículo 38.- Alcance del Servicio.-** Queda expresamente prohibido que las compañías de transporte terrestre turístico realicen operaciones de transporte público de pasajeros en cualquier ámbito o cualquier otra modalidad distinta a la autorizada. En caso de comprobarse la inobservancia de la presente disposición, la ANT sancionará conforme la normativa vigente en materia de tránsito y turismo. (pág. 16)

En la actualidad el turismo es uno de los ejes para cambiar la matriz productiva del país por lo que el Ministerio de Turismo hace énfasis en la inversión nacional e internacional, el cual se menciona en la ley de turismo como pilar fundamental a la inversión privada.

Para promover las inversiones se han dado a conocer a los empresarios inmersos en el sector herramientas de financiamiento por parte de las entidades bancarias como la Corporación Financiera Internacional (IFC), la Corporación Financiera Nacional (CFN) y el Banco del Pacífico; los cuales apoyan al financiamiento para proyectos turísticos, permitiendo de esta manera tener diferentes opciones de financiamiento al momento de invertir en un negocio turístico.

Por parte del Ministerio de Turismo, para el incentivo a la industria se ha eliminado el cobro para el Registro y la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), equivalente para todos los establecimientos turísticos.

Además para facilitar los trámites con respecto a la renovación de la Licencia Única Anual de Funcionamiento y el pago del 1x1000 se pueden realizar en línea, de esta manera se incentiva a la inversión turística en el país.

## **CAPÍTULO III**

### **ESTUDIO DE MERCADO**

#### **3.1. Introducción**

Al hablar del estudio de mercado, es tratar sobre el medio en el que se llevará a cabo el proyecto, teniendo en cuenta las necesidades del entorno, haciendo posible la recopilación de información necesaria para la empresa, teniendo como objetivo elemental el suministrar información, para la toma de decisiones.

El estudio de mercado contempla parámetros que permiten conocer a la competencia, los gustos, preferencias y las necesidades de los consumidores, para la futura empresa.

#### **3.2. Objetivos de la investigación**

- Establecer la oferta y demanda de servicio de transporte turístico en la ciudad de Latacunga.
- Determinar la demanda insatisfecha para determinar si existe oportunidad en el mercado.
- Identificar las necesidades insatisfechas de los turistas.
- Establecer condiciones mínimas de la prestación de servicio turístico en el mercado Latacungueño.

#### **3.3. Fuentes de Información**

Para ejecutar el estudio de mercado es importante tomar en cuenta las fuentes de información, ya que son instrumentos que permiten obtener datos necesarios para la indagación. Las fuentes de información se dividen en primarias y secundarias.

Las fuentes primarias hacen referencia a la recolección de información que se obtiene al aplicar técnicas como la encuesta, la entrevista, entre otras.

Las fuentes secundarias hacen referencia a la información disponible que ha sido recabada por algún motivo diferente al de la investigación presente por instituciones especializadas. (Murcia, y otros, 2009)

**Las fuentes secundarias utilizadas son:**

- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)
- Superintendencia de Compañías
- Servicios de Rentas Internas (SRI)
- Ministerio de Turismo
- Agencia Nacional de Tránsito

**Las fuentes primarias:**

Se utiliza la encuesta, debido a que permite obtener información de un conjunto objetivo de primera mano, que garantiza fiabilidad y que será analizada por métodos cuantitativos.

Las encuestas están dirigidas hacia la población urbana, para determinar las preferencias del servicio de transporte turístico.

### **3.4. Metodología de la investigación**

#### **3.4.1. Enfoque**

Se utiliza un enfoque cuantitativo que es la recolección y análisis de datos que hace posible responder preguntas propias de la indagación las cuales son representadas mediante números y gráficos. (Gómez, 2006)

### **3.4.2. Modalidad de la Investigación**

Se utiliza la investigación de campo, que consiste en la recolección de información pertinente al estudio en el medio en donde se desarrollan los hechos, la cual hace posible palpar la realidad sin modificar los resultados obtenidos y permitiendo aseverar que la información es verdadera.

### **3.4.3. Tipo de Investigación**

Investigación descriptiva implica describir la realidad inmersa en la que se encuentra la investigación. Como lo dice (Rodríguez Moguel, 2005) “comprende la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos. El enfoque se hace sobre conclusiones dominantes, o sobre cómo una persona, grupo o cosa, se conduce o funciona en el presente” (pág. 24 y 25).

### **3.4.4. Población**

La población es un conjunto macro que tienen características en común del que se extrae un grupo representativo que será objeto de estudio. Para lo cual se han tomado datos de la población urbana del cantón Latacunga.

### **3.4.5. Tamaño de la Población**

De acuerdo al VII Censo de Población y VI de Vivienda del 2010, en la zona urbana del cantón Latacunga se tiene una población total de 63.842 habitantes que representan a 14.187 familias, de acuerdo a los datos obtenidos del Redatam.

Tabla 5

## Población Urbana de la ciudad de Latacunga

CANTÓN	N° DE HABITANTES	N° DE FAMILIAS
Latacunga	63.842	14187

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010)

## 3.4.6. Muestra

La muestra es un grupo menor de la población o universo del que se pretende extraer información relevante para el estudio. Al obtener la muestra se procura que sea representativa a la población completa.

Para calcular la muestra se utilizará la fórmula de población finita, puesto que la población no es mayor a 100.000.

A continuación se presenta la fórmula para el cálculo de la muestra:

$$n = \frac{Z\alpha^2 \cdot N \cdot p \cdot q}{i^2(N-1) + Z\alpha^2 \cdot p \cdot q}$$

- **n:** tamaño muestral
- **N:** Tamaño de la población
- **Z:** Valor correspondiente a la distribución de gauss,  $Z_{\alpha=0.05} = 1.96$  y  $Z_{\alpha=0.01} = 2.58$
- **p:** Prevalencia esperada del parámetro a evaluar, en caso de desconocerse ( $p=0.5$ ), que hace mayor el tamaño muestral
- **q:**  $(1 - p) = 0.5$
- **i:** Error que se prevé cometer si es del 5%,  $i = 0.05$

Murray y Larry (2005)

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 14187 \times 0,5 \times 0,5}{(0,05)^2(14187-1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5}$$

$$n=374$$

El instrumento de la encuesta se muestra en el ANEXO 2.

### 3.5. Tabulación y análisis de resultados

#### Análisis demográfico

Tabla 6

#### Género

Género	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Masculino	198	52,9	52,9	52,9
Femenino	176	47,1	47,1	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

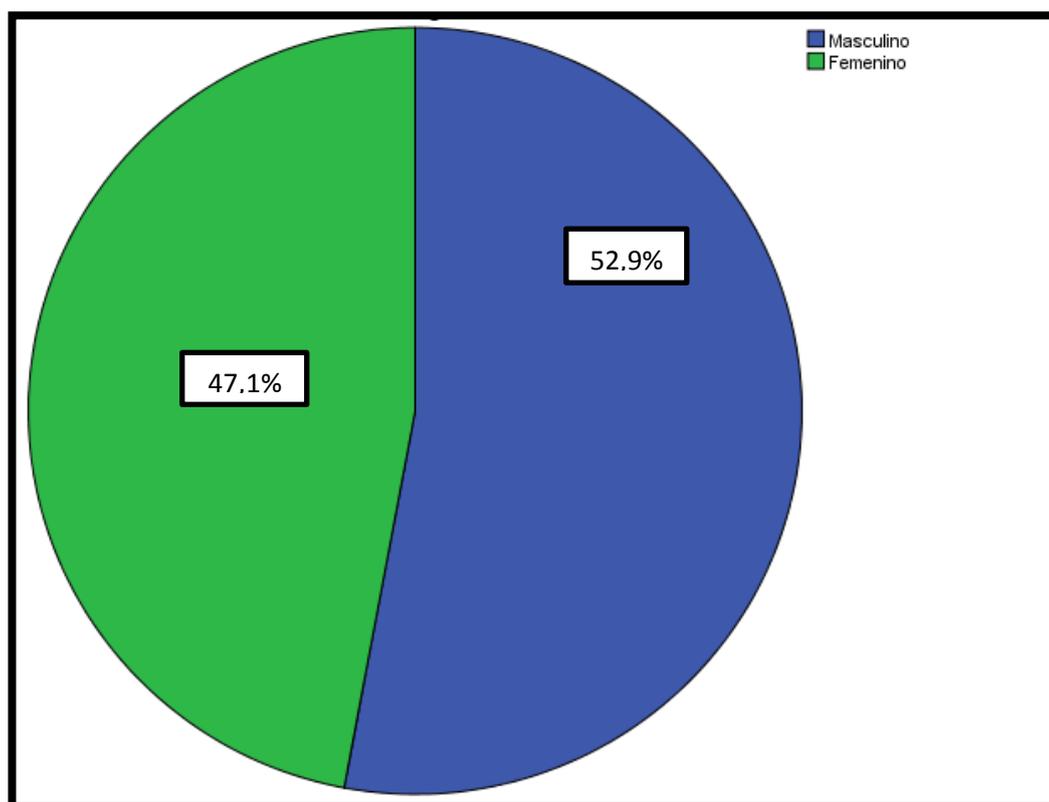


Figura 2 Género

El 52,9% corresponde al género masculino del total de los encuestados y el restante 47,1% al género femenino.

Tabla 7

## Edad

Edad	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
15 – 30	171	45,7	45,7	45,7
30 – 45	126	33,7	33,7	79,4
45 – 60	52	13,9	13,9	93,3
Mayor a 60	25	6,7	6,7	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

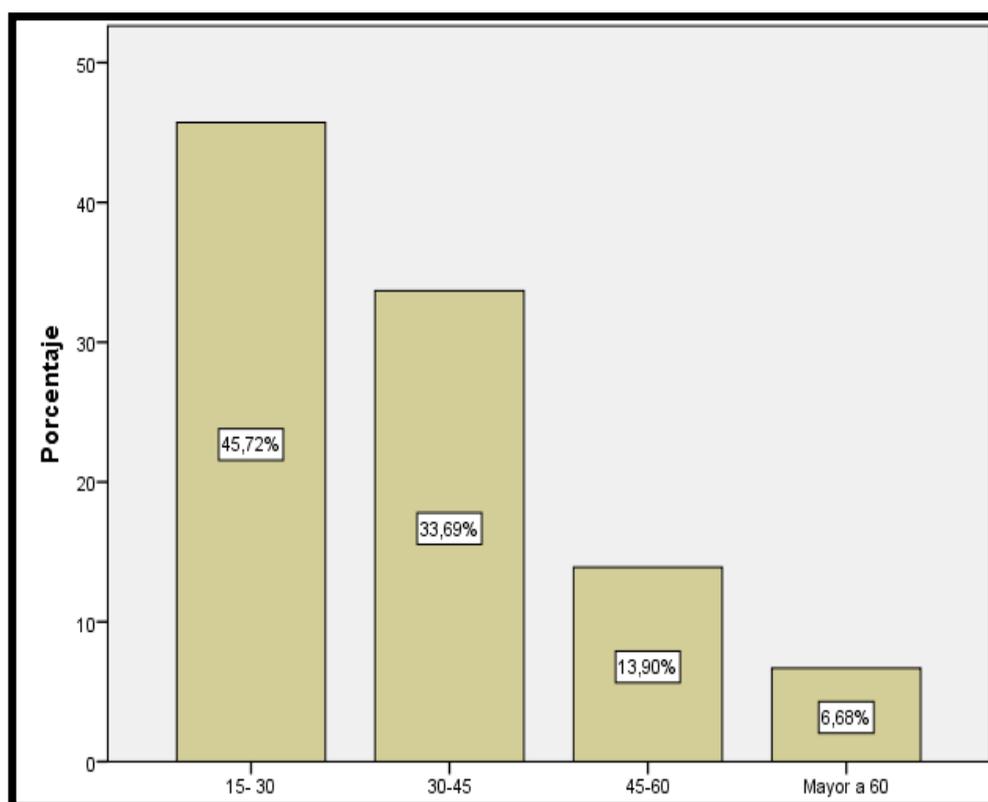


Figura 3 Edad

Del total de los encuestados, el 45,7% se encuentra en un rango de edad de 15 a 30 años, el 33,7% corresponde al rango de edad de 30 a 45 años, el 13,9% a un rango de 45 a 60 años de edad y el 6,7% a mayores de 60 años.

Tabla 8

## Ocupación

Ocupación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Estudiante	133	35,6	35,6	35,6
Profesional	141	37,7	37,7	73,3
Empresario	66	17,6	17,6	90,9
Jubilado	34	9,1	9,1	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	

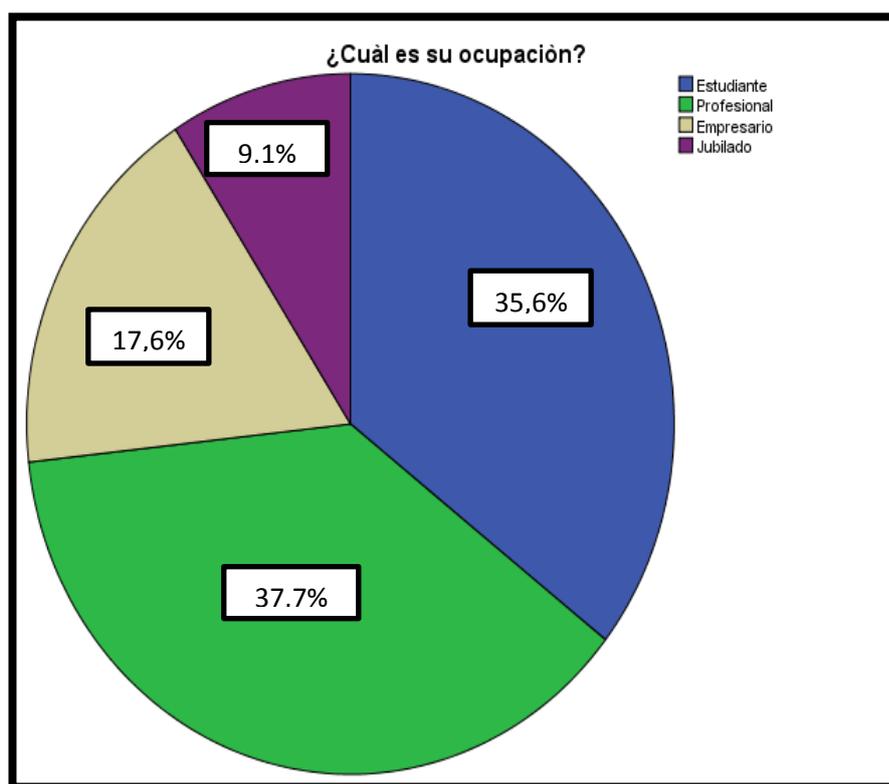


Figura 4 Ocupación

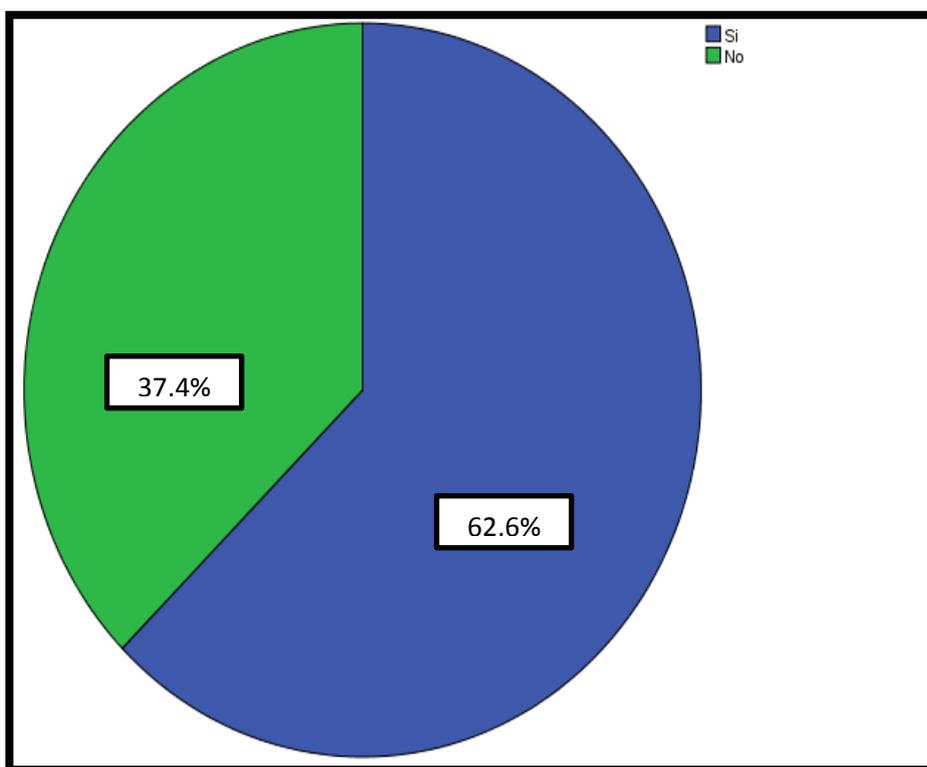
Del 100% de los encuestados, el 37,7% son profesionales, el 35,6% son estudiantes, el 17,6% son empresarios y el 9,1% son jubilados. Por lo tanto el mayor porcentaje de encuestados son profesionales.

**Pregunta 1. ¿Usted ha contratado los servicios de transporte turístico?**

**Tabla 9**

**Contrato de los servicios de transporte turístico**

Contratación	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	234	62,6	62,6	62,6
No	140	37,4	37,4	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 5 Contrato de los servicios de transporte turístico**

El 62,6% de los encuestados responden que han contratado los servicios de transporte turístico y el restante 37,4% responden que no han contratado dicho servicio.

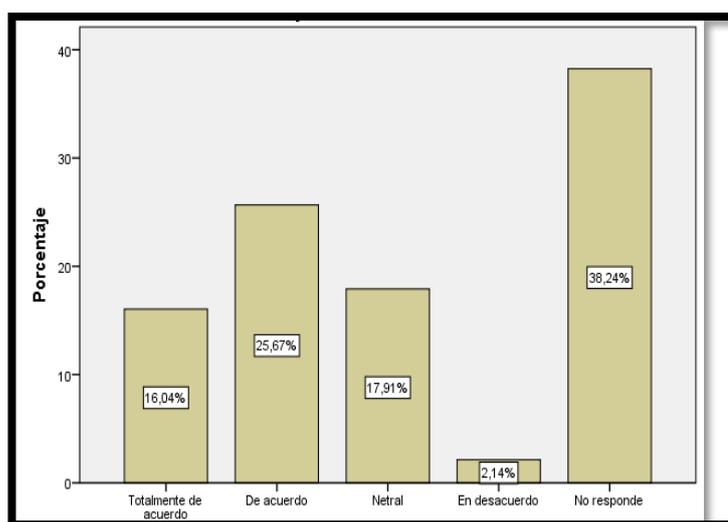
## En caso de ser SI

**Pregunta 1.1. ¿De acuerdo a los servicios de transporte turístico que ha recibido, fueron de muy buena atención?**

**Tabla 10**

**Atención del servicio de acuerdo a lo recibido**

Atención	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Totalmente de acuerdo	60	16	16	16
De acuerdo	96	25,7	25,7	41,7
Neutral	67	17,9	17,9	59,6
En desacuerdo	8	2,1	2,1	61,8
No responde	143	38,2	38,2	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 6 Atención del servicio de acuerdo a lo recibido**

De los encuestados, los servicios de transporte turístico recibidos califican de muy buena atención en un 25,7% como de acuerdo, en un 17,9% como neutro, en un 16% como totalmente de acuerdo y el 2,1% como en desacuerdo.

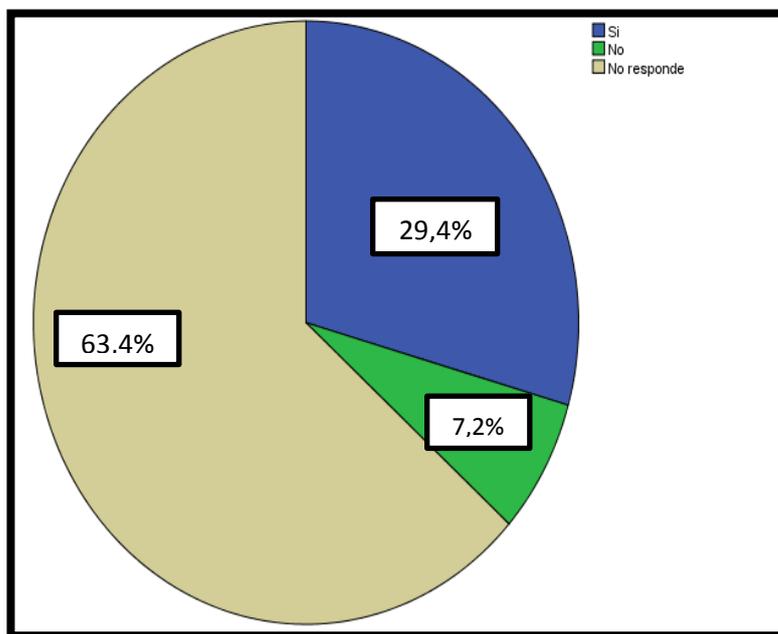
En caso de ser NO

**Pregunta 1.2. ¿Usted contrataría los servicios de transporten turístico para su viaje?**

**Tabla 11**

**Decisión de contratación del servicio de transporte turístico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	110	29,4	29,4	29,4
No	27	7,2	7,2	36,6
No responde	237	63,4	63,4	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura.7 Decisión de contratación del servicio de transporte turístico**

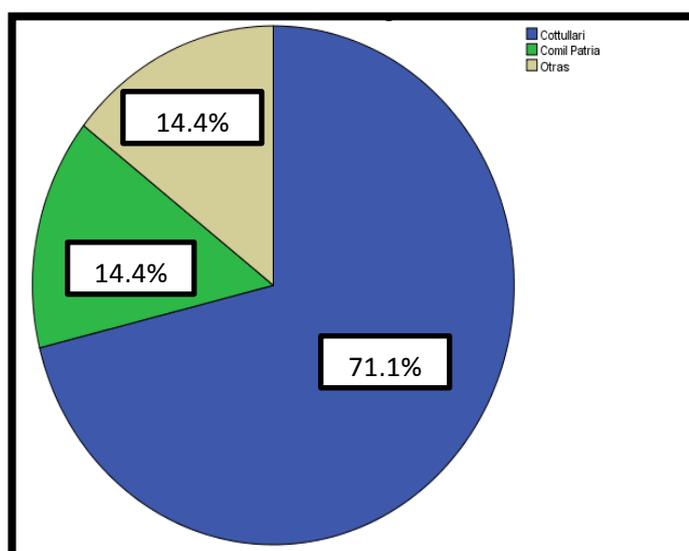
Del 100% de los encuestados, el 29,4% responde que si contrataría los servicios de transporte turístico para su viaje, mientras que el 7,2% considera que no.

**Pregunta 2. ¿Identifique algunas empresas de servicio de transporte turístico en la ciudad de Latacunga?**

**Tabla 12**

**Identificación de empresas de transporte turístico en la ciudad de Latacunga**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Cottullari	266	71,1	71,1	71,1
Comil Patria	54	14,4	14,4	85,6
Otras	54	14,4	14,4	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 8 Identificación de empresas de transporte turístico en la ciudad de Latacunga**

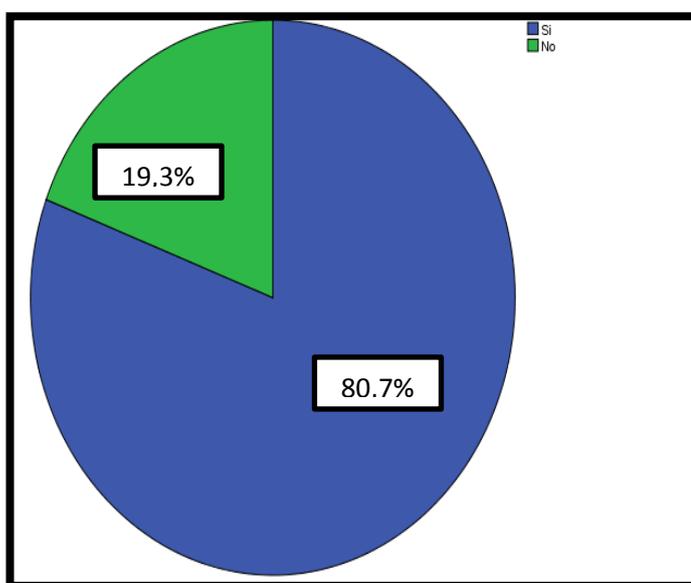
El 71,1% de los encuestados identifican a la empresa de transporte turístico Cottullari como una de las entidades que brindan el servicio en la ciudad de Latacunga, el 14,4% reconocen a la empresa Comil Patria. Por lo tanto la empresa con mayor reconocimiento en la ciudad es la empresa Cottullari.

**Pregunta 3. ¿Considera bajo las condiciones de oferta de transporte turístico, se cree una nueva empresa adecuada a sus necesidades?**

**Tabla 13**

**Consideración de creación de una nueva empresa de transporte turístico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	302	80,7	80,7	80,7
No	72	19,3	19,3	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 9 Consideración de creación de una nueva empresa de transporte turístico**

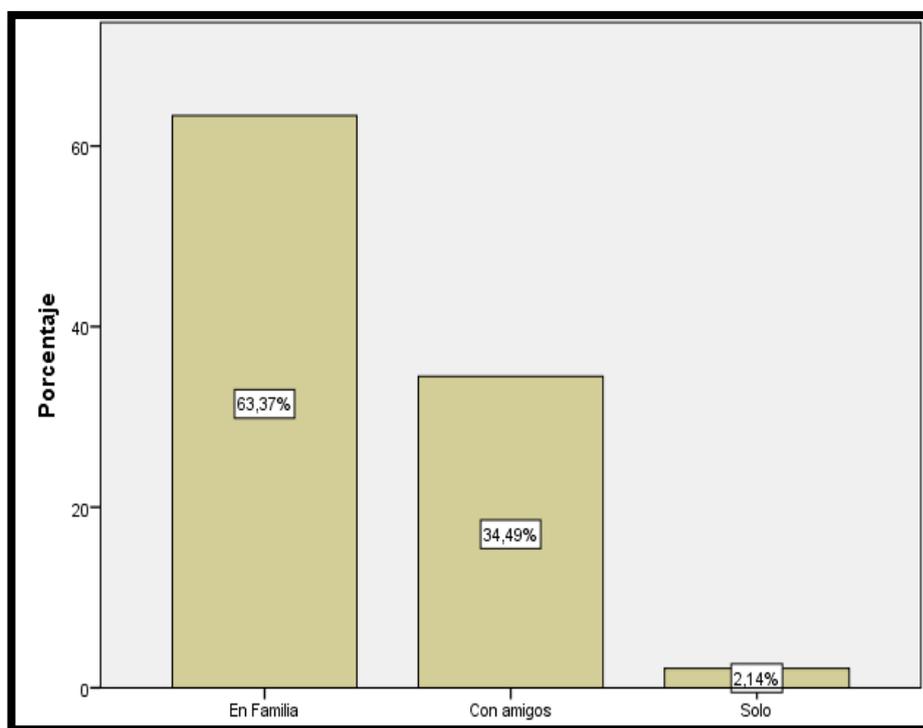
Del total de los encuestados en un 80,7% consideran bajo las condiciones de oferta de transporte turística, se deba crear una nueva empresa adecuada a las necesidades de los turistas, mientras que el restante 19,3% consideran que no. Esta es la pregunta que permite comprobar la hipótesis propuesta y que determina la factibilidad de desarrollo del presente proyecto.

**Pregunta 4. Cuando viaja, lo hace:**

**Tabla 14**

**Tipo de compañía cuando viaja**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
En Familia	237	63,4	63,4	63,4
Con amigos	129	34,5	34,5	97,9
Solo	8	2,1	2,1	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 10 Tipo de compañía cuando viaja**

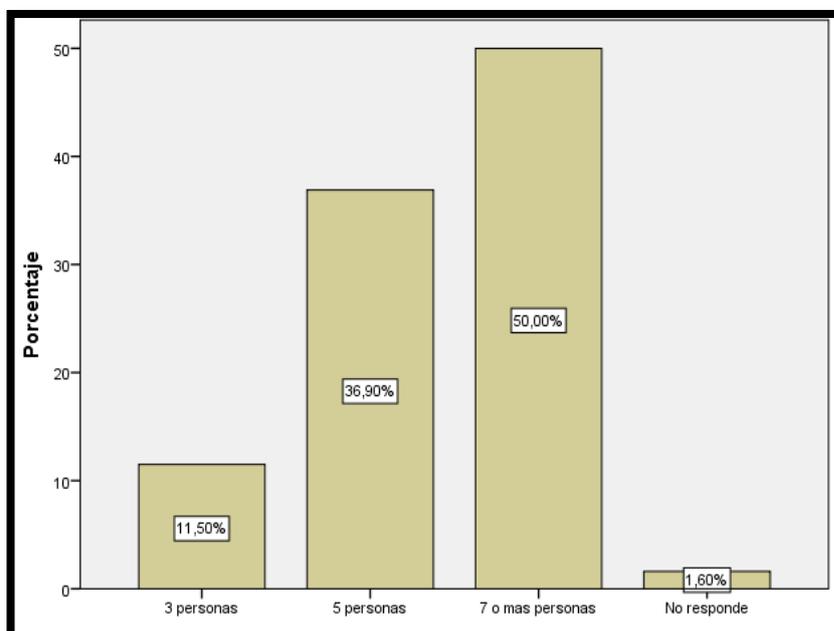
Del total de los encuestados, cuando viajan lo realizan en familia en un 63,37%, mientras que en un 34,49% lo realizan con amigos y el restante 2,14% viajan solos. Lo que indica que la mayor parte viajan en familia.

**Pregunta 5. De NO VIAJAR SOLO, normalmente ¿Con cuántas personas se traslada?**

**Tabla 15**

**Número de personas cuando viaja**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
3 personas	43	11,5	11,5	11,5
5 personas	138	36,9	36,9	48,4
7 o más personas	187	50	50	98,4
No responde	6	1,6	1,6	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 11 Número de personas cuando viaja**

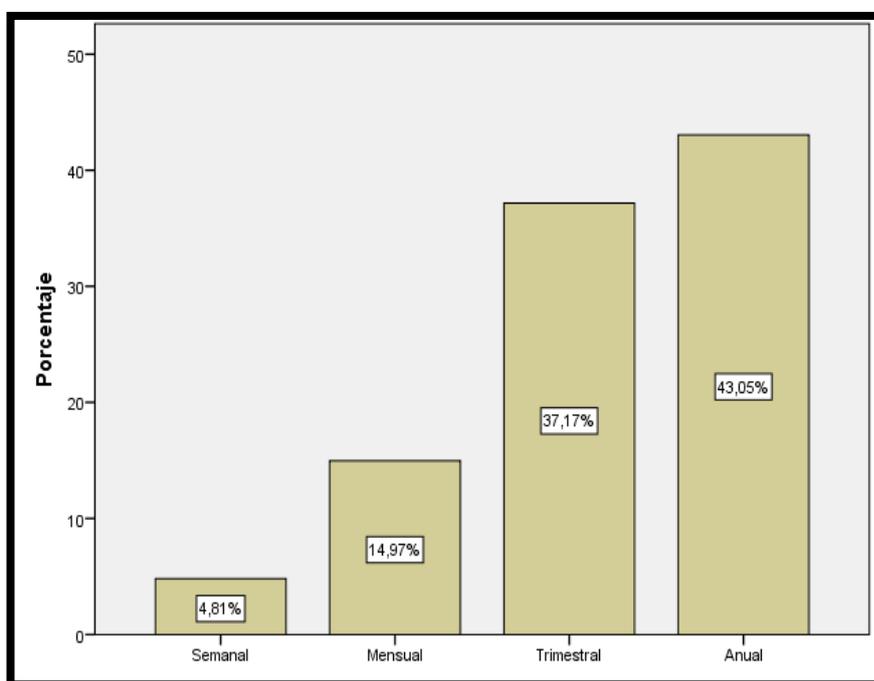
Del total de la muestra indica que viaja en un 50% de entre 7 o más personas, el 36,9% indica que viajan entre 5 personas, el 11,5% indica que viaja entre tres personas. Lo que permite identificar que viajan mayor a 7 personas.

### Pregunta 6. ¿Con qué frecuencia viaja?

**Tabla 16**

**Frecuencia de viaje**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Semanal	18	4,8	4,8	4,8
Mensual	56	15	15	19,8
Trimestral	139	37,2	37,2	57
Anual	161	43	43	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 12 Frecuencia de viaje**

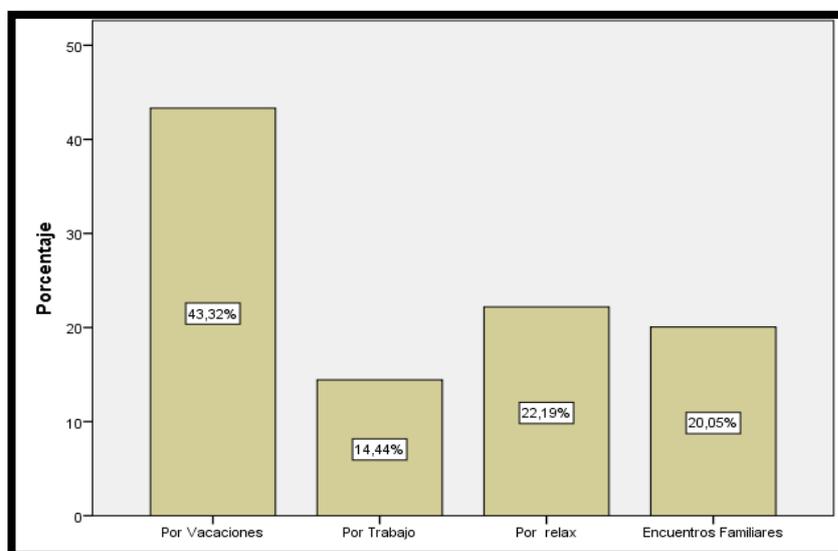
Del 100% de los encuestados, el 43,05% viajan anualmente, mientras que el 37,17% indican que viajan trimestralmente, el 14,97% viajan mensualmente y el 4,81% semanal. Lo que permite identificar que viajan anualmente y trimestralmente en mayor cantidad.

### Pregunta 7. ¿Motivo por el que viaja?

**Tabla 17**

**Motivo de viaje**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Por Vacaciones	162	43,3	43,3	43,3
Por Trabajo	54	14,4	14,4	57,8
Por relax	83	22,2	22,2	79,9
Encuentros Familiares	75	20,1	20,1	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 13 Motivo de viaje**

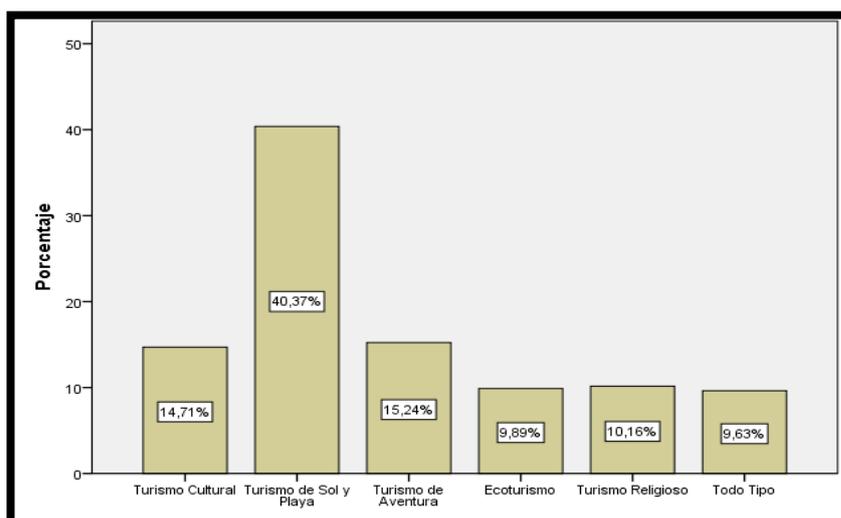
El principal motivo por el que viajan los turistas es por vacaciones en un 43,32%, mientras que por relax viajan en un 22,19%, el 20,05% por encuentros familiares y el 14,44% por trabajo. Por lo que la empresa debe enfocarse en la temporada de vacaciones para generar los viajes a los distintos destinos del país.

### Pregunta 8. ¿Qué tipo de turismo le gusta desarrollar?

**Tabla 18**

#### Preferencia del tipo de turismo

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Turismo Cultural	55	14,7	14,7	14,7
Turismo de Sol y Playa	151	40,4	40,4	55,1
Turismo de Aventura	57	15,2	15,2	70,3
Ecoturismo	37	9,9	9,9	80,2
Turismo Religioso	38	10,2	10,2	90,4
Todo Tipo	36	9,6	9,6	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 14 Preferencia del tipo de turismo**

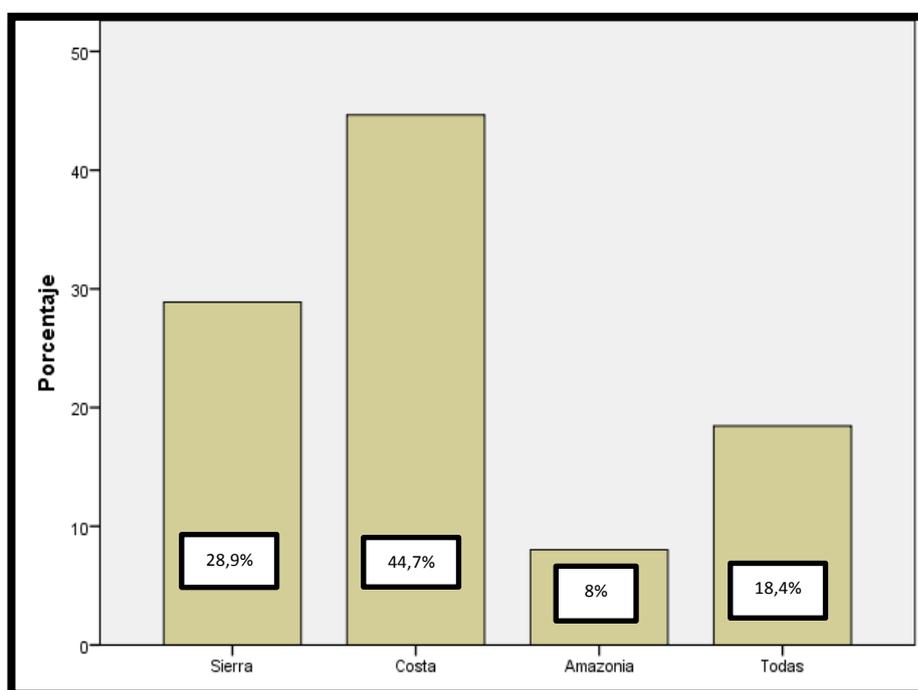
Del total de los encuestados, prefieren desarrollar el turismo de sol y playa en un 40,37%, mientras que el 15,24% optan por el turismo de aventura, el 14,71% desarrollan turismo cultural y en menor porcentaje se encuentran el turismo religioso y el ecoturismo. Lo que permite identificar que los viajes deben enfocarse al desarrollo del turismo de sol y playa ya que la mayor parte de encuestados están entre 15 y 30 años.

### Pregunta 9. ¿Qué región prefiere visitar?

**Tabla 19**

**Preferencia de región a visitar**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Sierra	108	28,9	28,9	28,9
Costa	167	44,7	44,7	73,5
Amazonia	30	8	8	81,6
Todas	69	18,4	18,4	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 15 Preferencia de región a visitar**

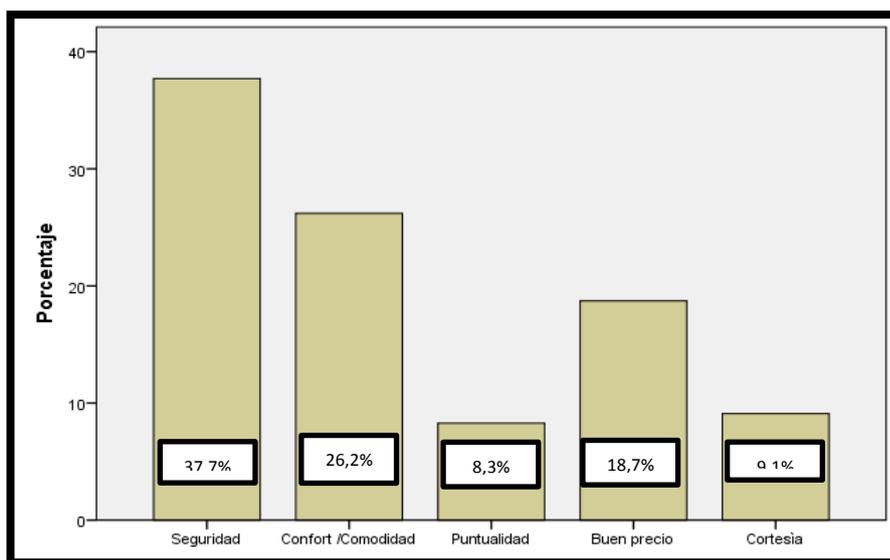
De los encuestados, en un 44,7% prefieren visitar la región costa, mientras que en un 28,9% prefieren la región sierra y la región amazónica en un 8%.

**Pregunta 10. De las siguientes ¿Qué es lo más importante al recibir el servicio de transporte turístico?**

**Tabla 20**

**Percepción del turista al recibir el servicio de transportación**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Seguridad	141	37,7	37,7	37,7
Confort /Comodidad	98	26,2	26,2	63,9
Puntualidad	31	8,3	8,3	72,2
Buen precio	70	18,7	18,7	90,9
Cortesía	34	9,1	9,1	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 16 Percepción del turista al recibir el servicio de transportación**

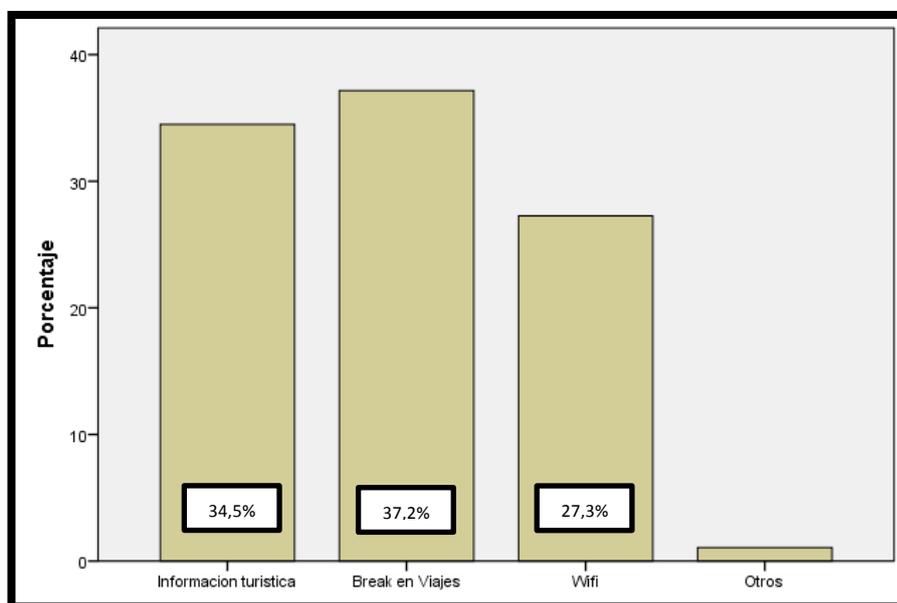
Al recibir el servicio de transporte turístico consideran que es más importante la seguridad en un 37,7%, en un 26,2% el confort/ Comodidad, indican en un 18,7% el buen precio y en menor porcentaje consideran a la cortesía y la puntualidad. Lo que permite identificar que la empresa debe dar mayor énfasis a la seguridad y al confort de los turistas.

**Pregunta 11. Es importante que el servicio de transporte turístico brinde servicios adicionales tales como:**

**Tabla 21**

**Servicios adicionales**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Información turística	129	34,5	34,5	34,5
Break en Viajes	139	37,2	37,2	71,7
Wifi	102	27,3	27,3	98,9
Otros	4	1,1	1,1	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 17 Servicios adicionales**

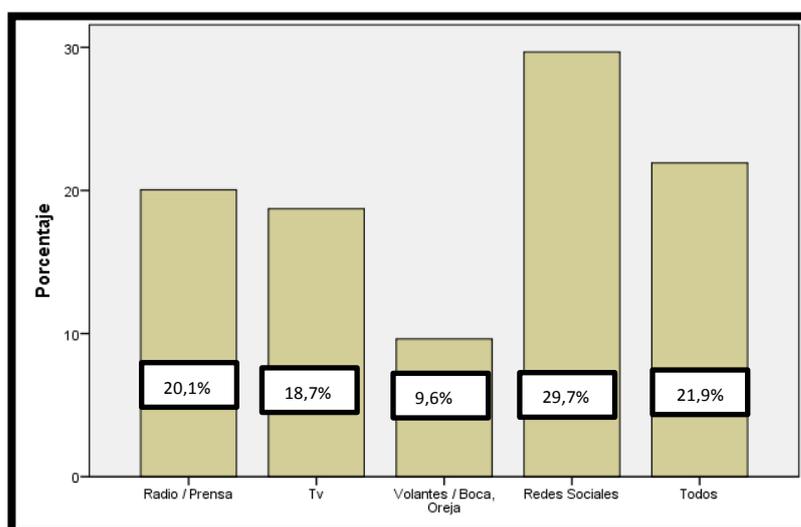
Consideran que el servicio de transporte turístico brinde servicios adicionales en un 37,2% con break en viajes, en un 34,5% con información turística, en un 27,3% con wifi y en otros se encuentran los videos informativos durante el viaje sobre los lugares que se visita. Por lo que la empresa debe brindar breaks en los viajes, e información turística.

**Pregunta 12. ¿Mediante qué medios de comunicación considera que se debe promocionar la empresa de transporte turístico?**

**Tabla 22**

**Medios de comunicación para promocionar la empresa de Transporte Turístico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Radio / Prensa	75	20,1	20,1	20,1
Tv	70	18,7	18,7	38,8
Volantes /Boca, Oreja	36	9,6	9,6	48,4
Redes Sociales	111	29,7	29,7	78,1
Todos	82	21,9	21,9	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 18 Medios de comunicación para promocionar la empresa de Transporte Turístico**

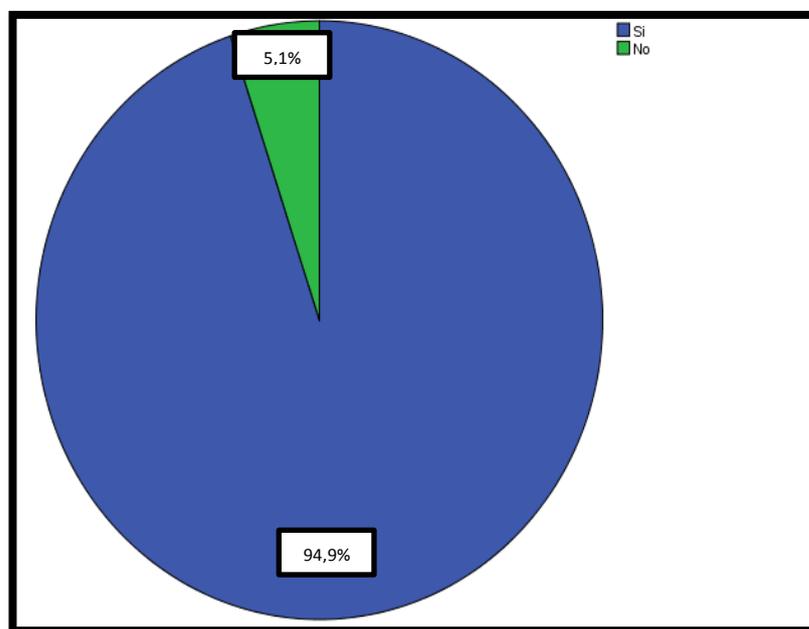
El medio de comunicación que mayormente prefieren son las redes sociales con un 29,7%, a través de radio y prensa en un 20,1%, mediante la televisión en un 18,7% y en un 9,6% por volantes, boca/oreja. El medio de comunicación por el que se promocionara la empresa es a través de las redes sociales.

**Pregunta 13. ¿Considera importante que la empresa de transporte turístico disponga de una página web?**

**Tabla 23**

**Consideración de una página web para la empresa de Transporte Turístico**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Si	355	94,9	94,9	94,9
No	19	5,1	5,1	100
<b>Total</b>	<b>374</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	



**Figura 19 Consideración de una página web para la empresa de Transporte Turístico**

En un 94,9% de los encuestados consideran que es importante que la empresa de transporte turístico disponga de una página web y el restante 5,1% menciona que no. Por lo que la empresa debe contar con una página web.

### 3.6. Resumen de Análisis de datos

- Para la comprobación de la hipótesis del presente proyecto se realizó la siguiente pregunta: ¿considera bajo las condiciones de oferta de transporte turístico, se cree una nueva empresa adecuada a sus necesidades?; lo que permitió determinar que es factible la creación de la empresa de transporte turístico en la ciudad con un 80,7% de aceptación.
- Por otro lado, lo más importante que los turistas consideran al recibir el servicio de transporte turístico es la seguridad y el confort.
- En cuanto a los requerimientos de los turistas a la hora de hacer uso del servicio de transporte turístico consideran que la empresa brinde los servicios adicionales como box lunch en viajes mayormente importante, además de información turística lo que permite conocer el destino a visitar y el servicio de wifi que en la actualidad es indispensable en la sociedad, por lo que se pondrá énfasis en estos tres servicios en la empresa como ventaja competitiva.
- Los turistas cuando viajan lo hacen principalmente en familia por lo que se trasladan con 7 o más personas por motivo de vacaciones de manera anual.
- El tipo de turismo de mayor preferencia es el turismo de sol y playa, por lo que la región costa es la de mayor preferencia por los turistas.
- En la ciudad de Latacunga la empresa de transporte turístico más conocida por los turistas es la empresa Cottullari.

- El medio de comunicación por el que será promocionada la empresa es por las redes sociales, además consideran que es importante que la empresa disponga de una página web.
- Con lo antes mencionado se justifica que el presente proyecto es factible y viable desde la perspectiva de mercado.

### 3.7. Análisis de la demanda

Para el cálculo de la demanda se ha tomado como base las edades de la encuesta aplicada en la ciudad de Latacunga, que es desde los 15 años hasta los mayores a 60 años, teniendo como resultado lo siguiente:

**Tabla 24**

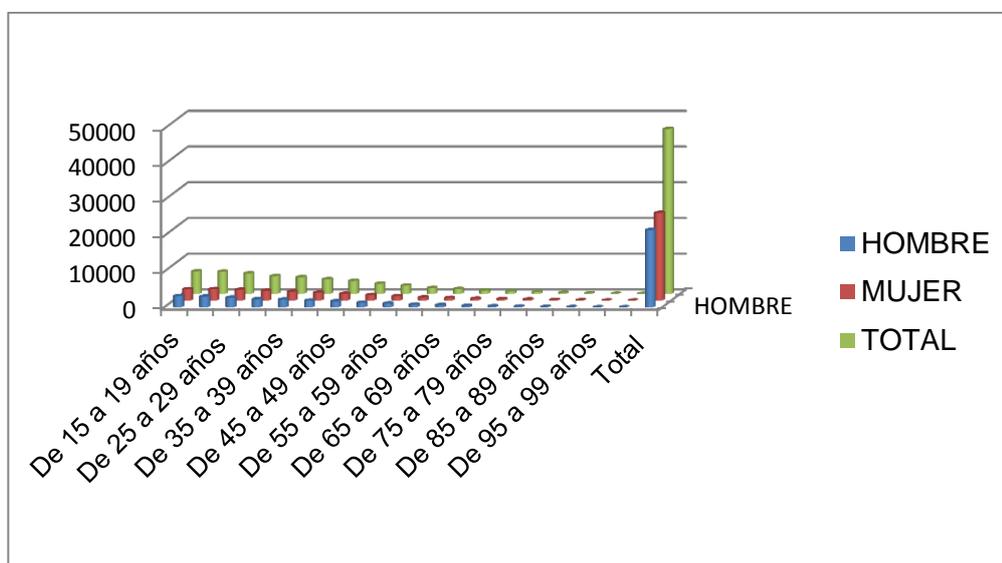
**Demanda**

<b>EDAD</b>	<b>HOMBRE</b>	<b>MUJER</b>	<b>TOTAL</b>
De 15 a 19 años	3129	3147	6276
De 20 a 24 años	3024	3186	6210
De 25 a 29 años	2700	3015	5715
De 30 a 34 años	2257	2704	4961
De 35 a 39 años	2173	2479	4652
De 40 a 44 años	1874	2200	4074
De 45 a 49 años	1683	1921	3604
De 50 a 54 años	1279	1544	2823
De 55 a 59 años	1068	1240	2308
De 60 a 64 años	741	890	1631
De 65 a 69 años	619	730	1349
De 70 a 74 años	397	527	924
De 75 a 79 años	295	411	706
De 80 a 84 años	216	294	510
De 85 a 89 años	102	158	260
De 90 a 94 años	50	74	124
De 95 a 99 años	12	18	30
De 100 años y más	1	5	6
<b>Total</b>	<b>21,620</b>	<b>24,543</b>	<b>46,163</b>

Fuente: (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), 2010)

Teniendo como demanda total de 46,163 personas.

Nota: No se ha considerado a la Población Económicamente Activa (PEA), debido a que tanto las escuelas, colegios realizan paseos por fin de año por lo que utilizan el transporte turístico.



**Figura 20 Demanda**

### 3.8. Análisis de la oferta

La oferta consiste en el conjunto de bienes o servicios que se encuentran a disposición en un medio.

Para lo cual se han tomado las empresas de transporte turístico de la ciudad de Latacunga y Ambato; debido a que en la encuesta realizada se identificó un 14,4% correspondiente a otras empresas de transporte turístico que los turistas identificaron en la ciudad. A continuación se detalla el cálculo de la oferta:

Tabla 25

## Empresas de Transporte Turístico de la ciudad de Latacunga

EMPRESA	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD MENSUAL	CAPACIDAD ANUAL
Cotullari	44	176	2.112
Comil Patria S.A.	30	120	1.440
<b>Total</b>	<b>74</b>	<b>296</b>	<b>3.552</b>

Fuente: Empresas Cotullari y Comil Patria S.A. (2015)

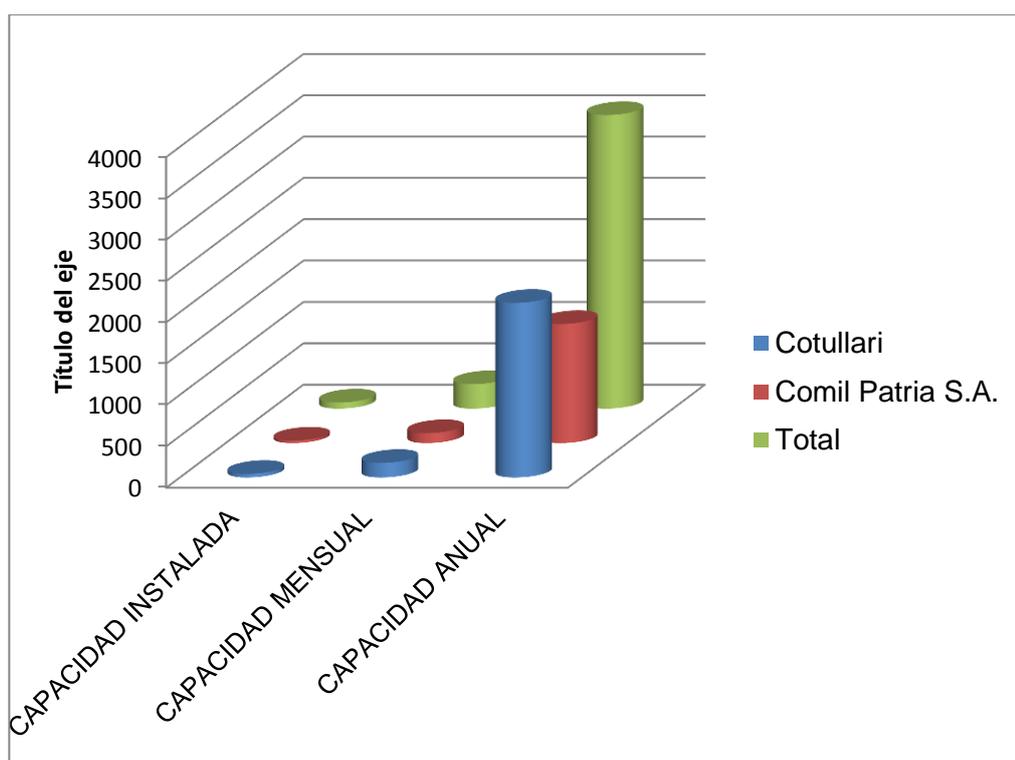


Figura 21 Empresas de Transporte Turístico de la ciudad de Latacunga

Fuente: Empresas Cotullari y Comil Patria S.A. (2015)

Tabla 26

## Empresas de Transporte Turístico de la ciudad de Ambato

EMPRESA	CAPACIDAD INSTALADA	CAPACIDAD MENSUAL	CAPACIDAD ANUAL
Pazmifrey Cia. Ltda.	36	108	1.296
Traexturey Transportes Express y Turismo Camino el Rey	4	30	120
<b>Total</b>	<b>40</b>	<b>138</b>	<b>1.416</b>

Fuente: (Pazmifrey Cia. Ltda., & Traexturey Transportes Express , 2015)

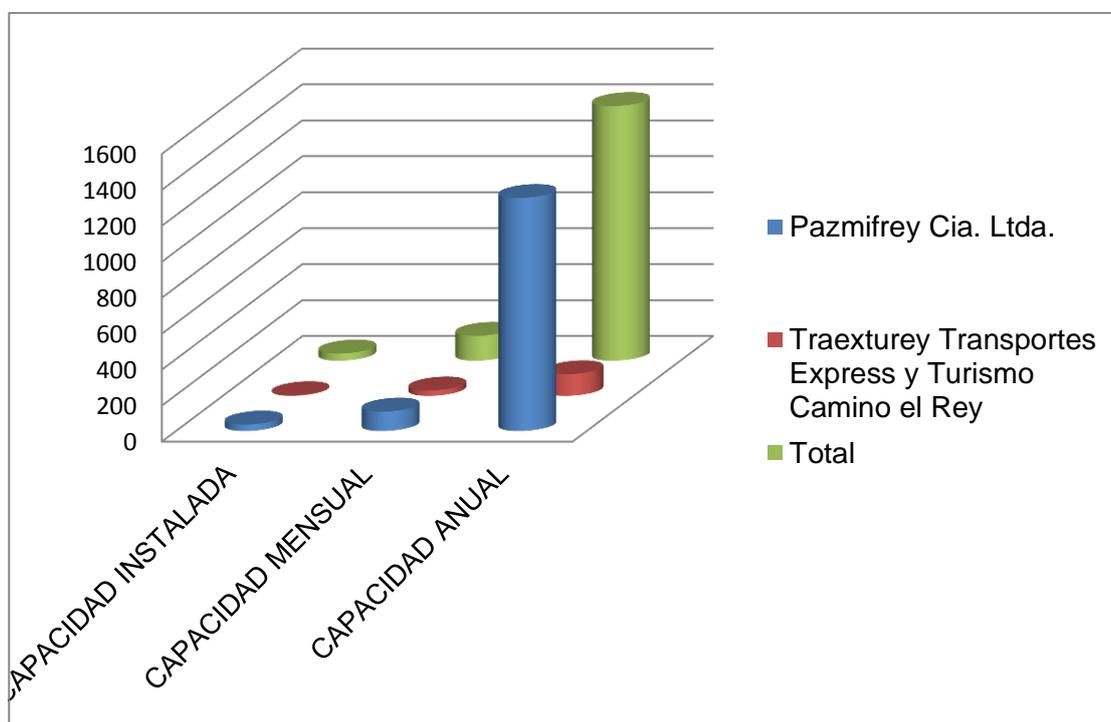


Figura 22 Empresas de Transporte Turístico de la ciudad de Ambato

Fuente: (Pazmifrey Cia. Ltda., & Traexturey Transportes Express , 2015)

Total Oferta = 4.968 personas

### 3.9 Demanda insatisfecha

La demanda insatisfecha consiste en la demanda que no ha podido ser cubierta por parte de los oferentes para que las personas conozcan o hagan uso de un producto o servicio. Para lo cual, (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos , 2016), considera que es “La cantidad de bienes o servicios que es probable que el mercado consuma en los años futuros” (pág. 51).

Para el cálculo de la demanda insatisfecha se toman los datos anteriores de la oferta y la demanda:

**Tabla 27**

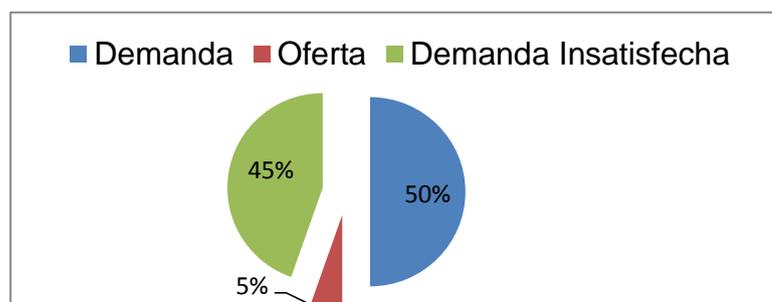
#### **Demanda Insatisfecha**

Demanda	46.163 personas
Oferta	4.968 personas
Demanda Insatisfecha	41.195 personas

#### **Demanda – Oferta**

$$46.163 \text{ personas} - 4.968 \text{ personas}$$

Al ser mayor el valor de la demanda, por consiguiente se estima una demanda insatisfecha de 41.195 personas.



**Figura 23 Demanda Insatisfecha**

## INTERPRETACION

Del 100%, el 50% corresponde a la demanda, el 45% corresponde a la demanda insatisfecha y el 5% corresponde a la oferta.

Además para calcular la demanda insatisfecha se utilizó la pregunta N.-1.1., que se detalla a continuación, ¿De acuerdo a los servicios de transporte turístico que ha recibido, fueron de muy buena atención?, de la cual se ha tomado los datos negativos de la encuesta: neutral 17,9%, en desacuerdo 2,1% con un total de 20% de demanda insatisfecha por parte de los turistas.

Mediante la creación de la empresa de servicio de transporte turístico se prevé cubrir dicha demanda insatisfecha hasta llegar a cubrir en su totalidad.

De acuerdo al detalle que se describirá en el estudio técnico en el primer año la empresa prevé captar un 20% de esta demanda insatisfecha con una proyección de crecimiento del 10% anual hasta llegar a cubrir nuestra capacidad instalada.

## **CAPÍTULO IV**

### **ESTUDIO TÉCNICO**

#### **4.1. Introducción**

En el estudio técnico se estudian elementos principales como la identificación del tamaño óptimo del proyecto que tendrá la futura empresa, la ubicación más idónea del proyecto tomando factores relevantes e indispensables para el buen funcionamiento, determinar los equipos, materia prima, recursos necesarios para la ejecución, la determinación de la organización de la empresa considerando el personal más idóneo para cada uno de los cargos y la parte legal correspondiente.

Cada uno de estos elementos hace dable determinar la posibilidad de brindar el servicio de transporte turístico y ser comercializado con los medios necesarios para cubrir la demanda insatisfecha existente en el mercado.

#### **4.2. Análisis y determinación de la localización óptima del proyecto**

La localización es un aspecto principal puesto que influye en la rentabilidad del proyecto. Para (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006) “La localización óptima de un proyecto es la que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital (criterio personal) u obtener el coste unitario mínimo (criterio social)” (pág. 107).

La localización permite fijar el lugar más competente para ubicar a la futura empresa, teniendo en cuenta diferentes lugares como opciones que permiten determinar la ubicación, además de factores de relevancia para el efecto y que finalmente conllevará a elegir al más idóneo.

### 4.3.1. Macro localización

La empresa se ubicara en la provincia de Cotopaxi, cantón Latacunga, zona urbana.



**Figura 24 Localización**  
Fuente: (Ecuador, 2015)



**Figura 25 Macro localización**  
Fuente: (Latacunga, 2015)

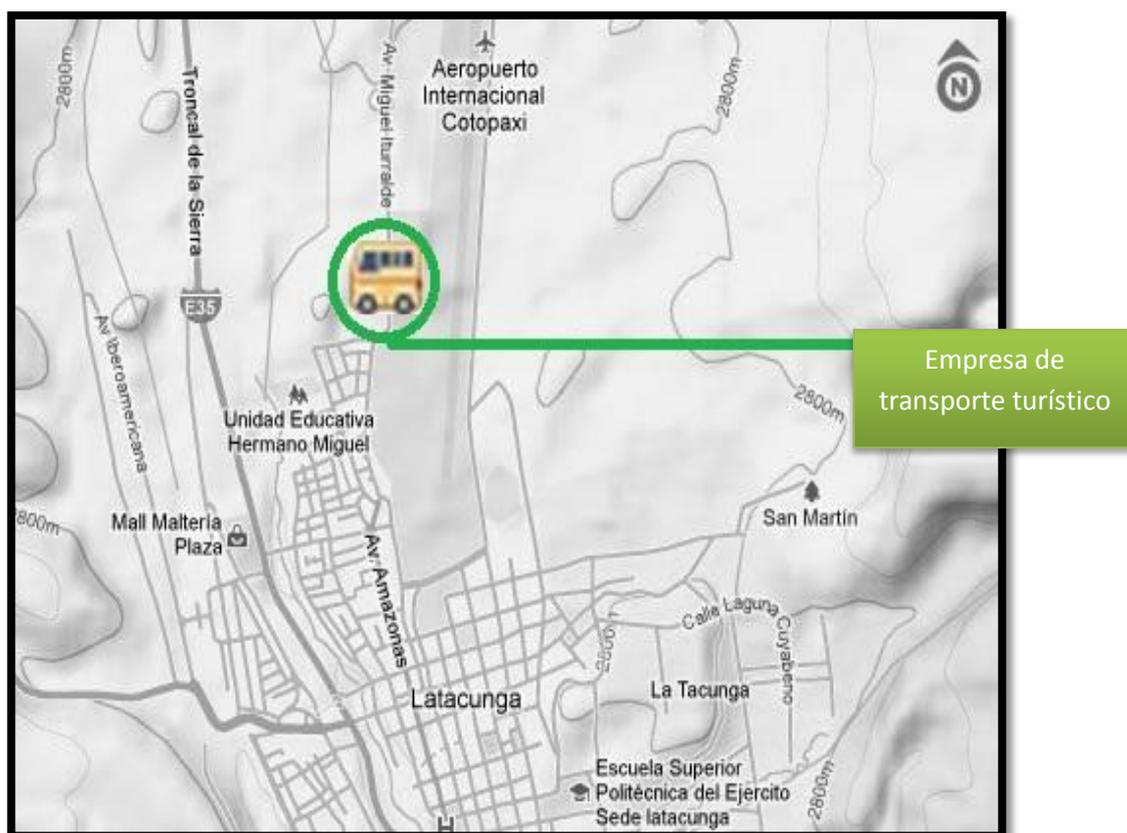
### 4.3.2. Micro localización

**Tabla 28**

**Método cualitativo por puntos**

Factor relevante	Peso asignado	Sector Aeropuerto		Sector La Estación	
		Calificación	Calificación ponderada	Calificación	Calificación ponderada
Cercanía del mercado	0,2	9	1,8	8	1,6
Mano de obra disponible	0,2	7	1,4	7	1,4
Costo de los insumos	0,2	8	1,6	7	1,4
Competencia	0,2	6	1,2	8	1,6
Fácil circulación	0,2	9	1,8	8	1,6
<b>Suma</b>	<b>1</b>		<b>7,8</b>		<b>7,6</b>

La empresa se ubicará en el sector del Aeropuerto.



**Figura 26 Ubicación geográfica de la Empresa de Transporte Turístico**

Fuente: (Latacunga, 2015)

#### 4.4. Análisis y determinación del tamaño óptimo del proyecto

##### 4.4.1. Tamaño del proyecto

El tamaño óptimo del proyecto pretende determinar la capacidad instalada que producirá durante el año la nueva empresa, la misma que será indicada en unidades (viajes). Uno de los factores más importantes y de mayor precisión al momento de determinar el tamaño del proyecto es la demanda, que se obtuvo en el capítulo anterior.

Tomando los datos de la tabla 27, se tiene un total de demanda insatisfecha de 41.195 personas, que corresponde al 20% de demanda

insatisfecha por parte de los turistas que al momento de recibir los servicios de transporte turístico fueron de buena atención.

#### 4.4.2. Capacidad instalada

Para satisfacer la demanda se ha optado por presentar tres escenarios que a continuación se enuncian:

**Tabla 29**

##### Escenario simulado 1

UNIDADES	VIAJES POR SEMANA	VIAJES POR MES	VIAJES POR AÑO
Hyundai H1(11 pax)	1	4	48
County (25 pax)	1	4	48
County (25 pax)	1	4	48
Universe (45 pax)	1	4	48
<b>Total 106 pax</b>	<b>4</b>	<b>16</b>	<b>192 viajes</b>

- Se ha simulado como capacidad instalada de 4 unidades, con capacidad para 11, 25, 25 y 45 pax con un total de 106 personas; cada unidad con un viaje por semana se tiene un total de 4 viajes, al mes 16 y al año un total de 192 viajes de las cuatro unidades, que representa el 12,35% de demanda insatisfecha.

**Tabla 30**

##### Escenario simulado 2

UNIDADES	VIAJES POR SEMANA	VIAJES POR MES	VIAJES POR AÑO
Hyundai H1(11 pax)	3	12	144
County (25 pax)	2	8	96
County (25 pax)	2	8	96
<b>Total 61 pax</b>	<b>7</b>	<b>28</b>	<b>336 viajes</b>

- Tomando como rentabilidad media se ha decidido optar por 3 unidades con capacidad para 11 pax (Hyundai H1) y dos unidades de 25 pax (County) con un total de 61 personas. Hyundai H1 con 3 viajes a la semana se tiene al mes 12 viajes y al año 144 viajes. County con un viaje de dos días se tiene durante la semana dos salidas, al mes 8 viajes y al año un total de 96 viajes por cada unidad de 25 pax, con un total de 336 viajes por año de las tres unidades, la misma que cubre un 15,85% del total de la demanda insatisfecha.

**Tabla 31****Escenario simulado 3**

<b>UNIDADES</b>	<b>VIAJES POR SEMANA</b>	<b>VIAJES POR MES</b>	<b>VIAJES POR AÑO</b>
Hyundai H1(11 pax)	3	12	144
County (25 pax)	2	8	96
County (25 pax)	2	8	96
County (25 pax)	2	8	96
County (25 pax)	2	8	96
<b>Total 111 pax</b>	<b>11</b>	<b>44</b>	<b>528 viajes</b>

- Teniendo cinco unidades de las cuales son Hyundai H1 con capacidad para 11 pax y cuatro unidades County con capacidad para 25 pasajeros cada una, con un total de 111 personas. Hyundai H1 con 3 viajes a la semana, al mes 12 viajes y al año 144 viajes; mientras que las unidades County con un viaje de 2 días a la semana, al mes 8 viajes y al año 96 viajes cada una de las unidades, con un total de 528 viajes al año por las cinco unidades, que representa el 27,5 % de demanda insatisfecha.

Teniendo en cuenta los tres escenarios simulados, se ha decidido optar por el segundo escenario ya que se cubre el 15,85% de la demanda

insatisfecha, teniendo en cuenta que la demanda total insatisfecha es del 20%, la cual se cubrirá en su totalidad en años posteriores.

La empresa de transporte turístico cubrirá un 15,85% del total de la demanda insatisfecha en el primer año.

#### **4.4.3. Recursos financieros**

Para la ejecución del proyecto los recursos financieros son uno de los elementos de importancia, ya que es el recurso indispensable para dar inicio a la nueva empresa.

Para la empresa de transporte turístico se requiere efectuar una inversión grande, por lo que se realizará un préstamo en una entidad financiera, la cual se invertirá en los gastos de constitución, equipos, arriendo, entre otros necesarios para dar inicio a la nueva empresa.

#### **4.4.4. Mano de Obra**

La mano de obra es uno de los factores esenciales dentro de una empresa, por lo que es el motor que mueve y hace que cumpla con la finalidad de generar ingresos.

Teniendo en cuenta que la mano de obra es el personal, tanto administrativo encargado de guiar a la empresa para el crecimiento y buen funcionamiento; y el personal operativo encargado de ejecutar el servicio para los clientes.

Dentro de la mano de mano se requiere de personal calificado para cada uno de los puestos que a continuación se enuncian:

**Tabla 32****Mano de obra**

<b>N.-</b>	<b>CARGO</b>	<b>SUELDO</b>	<b>TOTAL</b>
1	Gerente general	383,09	383,09
1	Secretarias	373,65	373,65
1	Contador	379,47	379,47
1	Jefe de marketing y ventas	375,59	375,59
3	Choferes	557,50	1672,50
	<b>Total</b>		<b>3184,30</b>

Se requiere un total de nueve personas que dé inicio son necesarios para poner en marcha a la nueva empresa de servicio de transporte turístico, ya que serán los encargados en sacar adelante a la empresa y posicionarse en el mercado.

**4.4.5. Requerimiento de equipos, muebles y enseres****Equipo**

En cuanto al equipo el presente proyecto no requiere, debido a que en la producción no requiere de maquinaria. Lo que se requiere son los unidades (buses) necesarios para brindar el servicio de transportación.

**Muebles y enseres**

Los muebles y enseres son aquellos que son necesarios en el área operativa para brindar el servicio como tal, en este caso son las oficinas de la empresa en donde se hace la ejecución del contrato para el servicio de transportación turística que son los siguientes:

Tabla 33

## Área de Secretaría y Sala de espera

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	1	200,00	200,00
Silla giratoria	1	34,00	34,00
Computadora de escritorio Inspiron Small Desktop 3252	1	279,00	279,00
Impresora Multifunción Epson L210	1	365,90	365,90
Tinta para impresora Epson L210	1	20,00	20,00
Teléfono convencional	1	16,00	16,00
Juego de sala	1	300,00	300,00
<b>Total</b>			<b>1214,90</b>

Tabla 34

## Administración

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	3	200,00	600,00
Silla giratoria	3	34,00	102,00
Computadora de escritorio Inspiron Small Desktop 3252	3	279,00	837,00
Archivador	1	150,00	150,00
Teléfono convencional	1	16,00	16,00
Útiles de oficina		80,00	80,00
Teléfono celular	1	100,00	100,00
Basureros	8	3,00	24,00
<b>Total</b>			<b>1829,00</b>

Tabla 35

## Área de Conductores

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesa redonda	1	60,00	60,00
Sillas	3	23,00	69,00
<b>Total</b>			<b>129,00</b>

## **4.6. Ingeniería del proyecto**

### **4.6.1. Descripción de los buses**

#### **Hyundai H1**

Van H1, es una furgoneta que dispone de mayor espacio, confort, tecnología y con apariencia completamente moderna y de gran carácter, construida por Hyundai Motor Company de Corea del Sur e Indonesia.

Es un vehículo especialmente funcional y flexible. Apto para todas las necesidades y exigencias del transporte de pasajeros y diseñado con altos estándares de comodidad, idónea para desempeñar una serie de funciones comerciales y de placer. (Hyundai, 2016)

#### **Equipamiento Interior**

- Aire acondicionado
- Apertura tapa gasolina desde el interior
- Asientos delanteros deslizantes y reclinables
- Asientos posteriores retráctiles y abatibles
- Audio (Radio con cd/ 4 parlantes)
- Bloqueo central
- Bolsillo porta mapas doble
- Consola cromada
- Controles posteriores para la ventilación
- Doble guantera
- Doble lámpara posterior tipo LED
- Espejo con iluminación en visera
- Parasol conductor y pasajero
- Portavasos
- Regulación de iluminación de tablero

- Reloj digital
- Retrovisores eléctricos
- Tacómetro
- Velocímetro y odómetro total y parcial
- Vidrios delanteros eléctricos
- Volante con regulación vertical

### **Equipamiento Exterior**

- Doble puerta posterior para ingreso de pasajeros o carga
- Espejos exteriores color negro
- Espejos exteriores plegables
- Faros antiniebla

### **Seguridad**

- Anillos contra impactos en toda la unidad
- Airbag conductor y pasajero
- Cinturones de seguridad delanteros de 2 puntos
- Cinturones de seguridad delanteros de 3 puntos
- Cinturones de seguridad posteriores (Hyundai, 2016)



**Figura 27 Hyundai H1**

Fuente: (Hyundai, 2016)

## **Hyundai County LWB Turismo**

County, es el bus ideal para el transporte de turistas, con capacidad para 25 pasajeros.

### **Características**

- Con ventanas panorámicas, diseño ergonómico, suspensión inigualable.
- El Bus County ha sido diseñado bajo exigentes y excelentes estándares de seguridad.
- Es muy económico y tiene una excelente maniobrabilidad, ideal para viajes a lo largo del país.

### **Equipamiento:**

- Cinturones de seguridad
- Calefacción
- Parasoles
- Cenicero
- Encendedor
- Consola de techo
- Portavasos
- Retrovisores
- Ventilación
- Puerta automática
- Tapicería de lujo
- Aire acondicionado
- Porta maleta interior
- Asientos reclinables (Hyundai, 2016)



**Figura 28 Hyundai County**

Fuente: (Hyundai, 2016)

**Tabla 36**

**Unidades**

Descripción	Cantidad	Valor Total
Bus para 25 pax	1	72.490
Bus para 25 pax	1	72.490
Van para 11 pax	1	40.990
<b>Total</b>		<b>185.970</b>

**4.6.2. Descripción del proceso**

El servicio hace referencia al hecho de transportar a los turistas desde su lugar de origen hacia el destino elegido a visitar, a continuación se detalla los procesos a seguir:

- El turista busca información en la empresa
- Confirmación del servicio de transportación
- Ejecución del servicio

Tabla 37

## Información y confirmación del servicio

<b>PROCEDIMIENTO</b>	<b>ACTIVIDAD</b>	<b>RESPONSABLE</b>
<b>Llegada del turista a la empresa</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saludo de bienvenida</li> <li>• Preguntar en que le puede ayudar</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaria</li> </ul>
<b>Descripción del requerimiento de transporte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Indica la unidad que requiere, número de pax, destino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turista</li> </ul>
<b>Cotización</b>	Expresa el precio del servicio	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaria</li> </ul>
<b>Negociación</b>	Condiciones de pago	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaria</li> <li>• Turista</li> </ul>
<b>Cierre de contrato</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pago del anticipo</li> <li>• Entrega del comprobante de anticipo</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turista</li> <li>• Secretaria</li> </ul>
<b>Despedida</b>	Saludo cordial al cliente	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Secretaria</li> </ul>

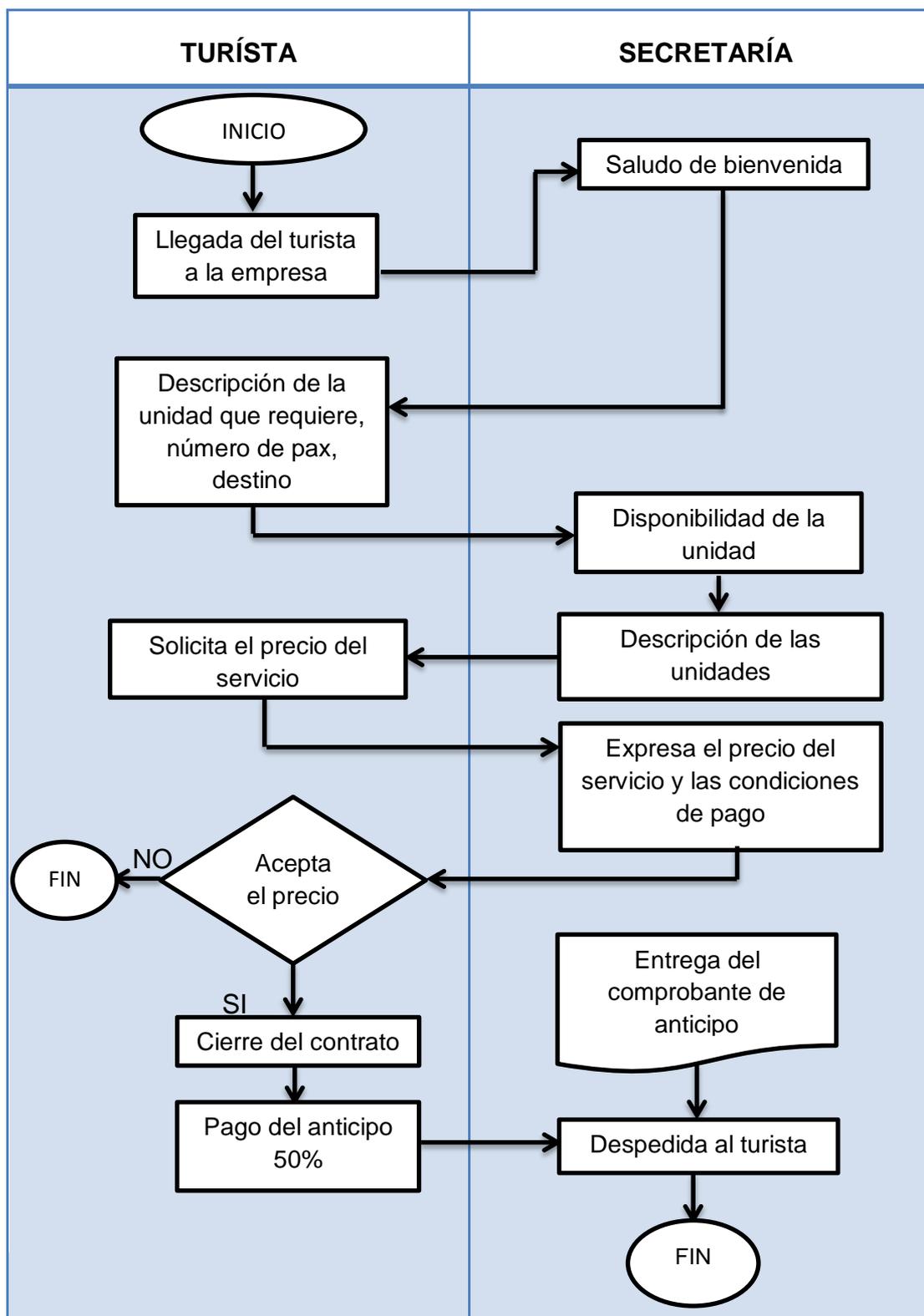
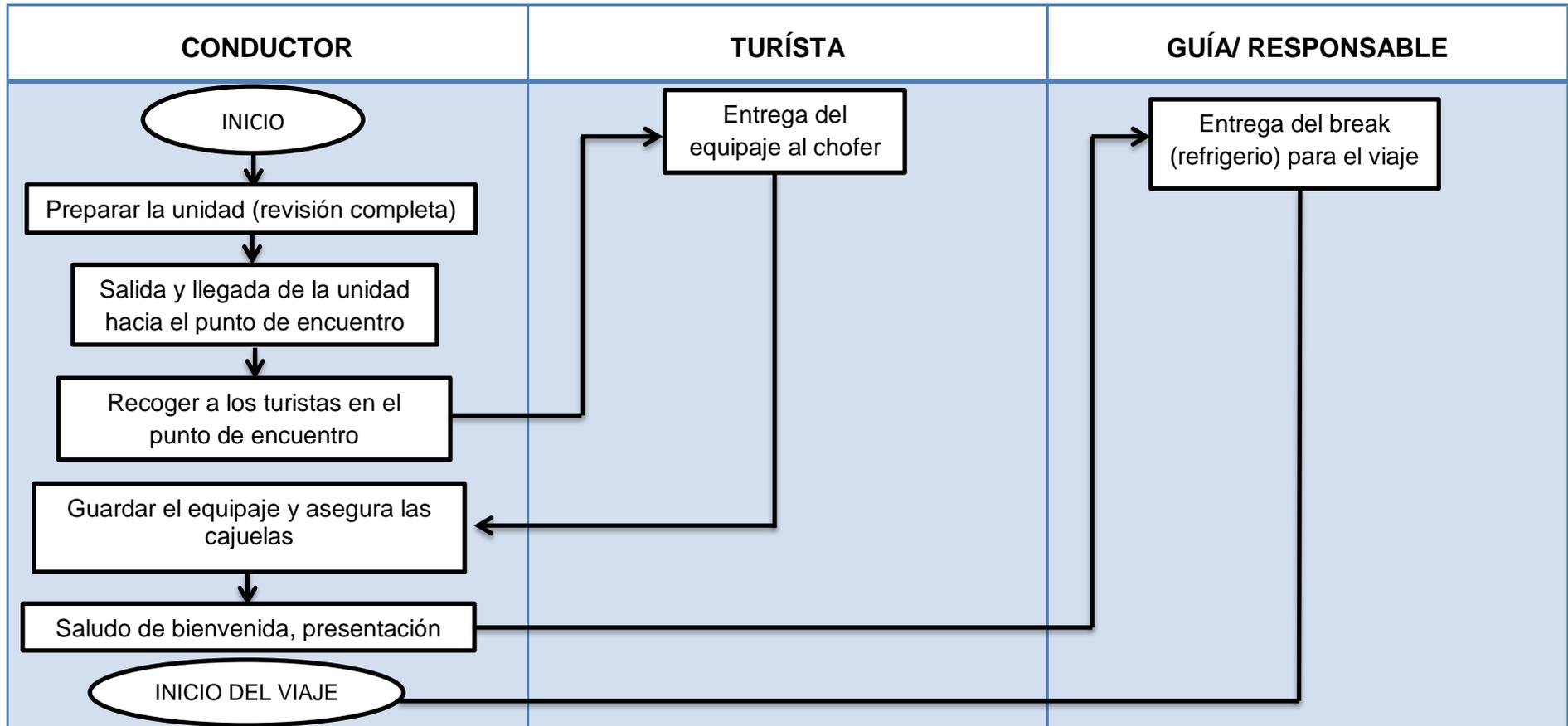


Figura 29 Diagramación del proceso: Información y confirmación del servicio

Tabla 38

## Ejecución del servicio

PROCEDIMIENTO	ACTIVIDAD	RESPONSABLE
<b>Preparar la unidad</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de la unidad (líquido de freno, aceite, agua del radiador, medición del aire de las llantas, etc.)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chofer</li> </ul>
<b>Recoger a los turistas (Punto de origen)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acudir a la hora y lugar acordada</li> <li>• Guardar el equipaje correctamente</li> <li>• Asegurar las cajuelas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chofer</li> <li>• Turistas</li> <li>• Guía/ responsable</li> </ul>
<b>Dar la bienvenida</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Presentación del chofer</li> <li>• Dar a conocer la ruta, el destino</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chofer</li> <li>• Guía/ responsable</li> </ul>
<b>Entrega de break (refrigerio)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega en cada asiento</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Guía</li> </ul>
<b>Parada técnica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cargar gasolina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chofer</li> </ul>
<b>Llegada al destino</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Descargar el equipaje</li> <li>• Entregar el equipaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chofer</li> <li>• Turistas</li> </ul>
<b>Salida del destino</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entregar el equipaje</li> <li>• Guardar el equipaje</li> <li>• Asegurar las cajuelas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turistas</li> <li>• Chofer</li> </ul>
<b>Parada técnica</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cargar gasolina</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chofer</li> </ul>
<b>Llegada al punto de origen</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Despedida al turista</li> <li>• Entrega de equipaje</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Chofer</li> <li>• Turistas</li> </ul>

CONTINÚA 

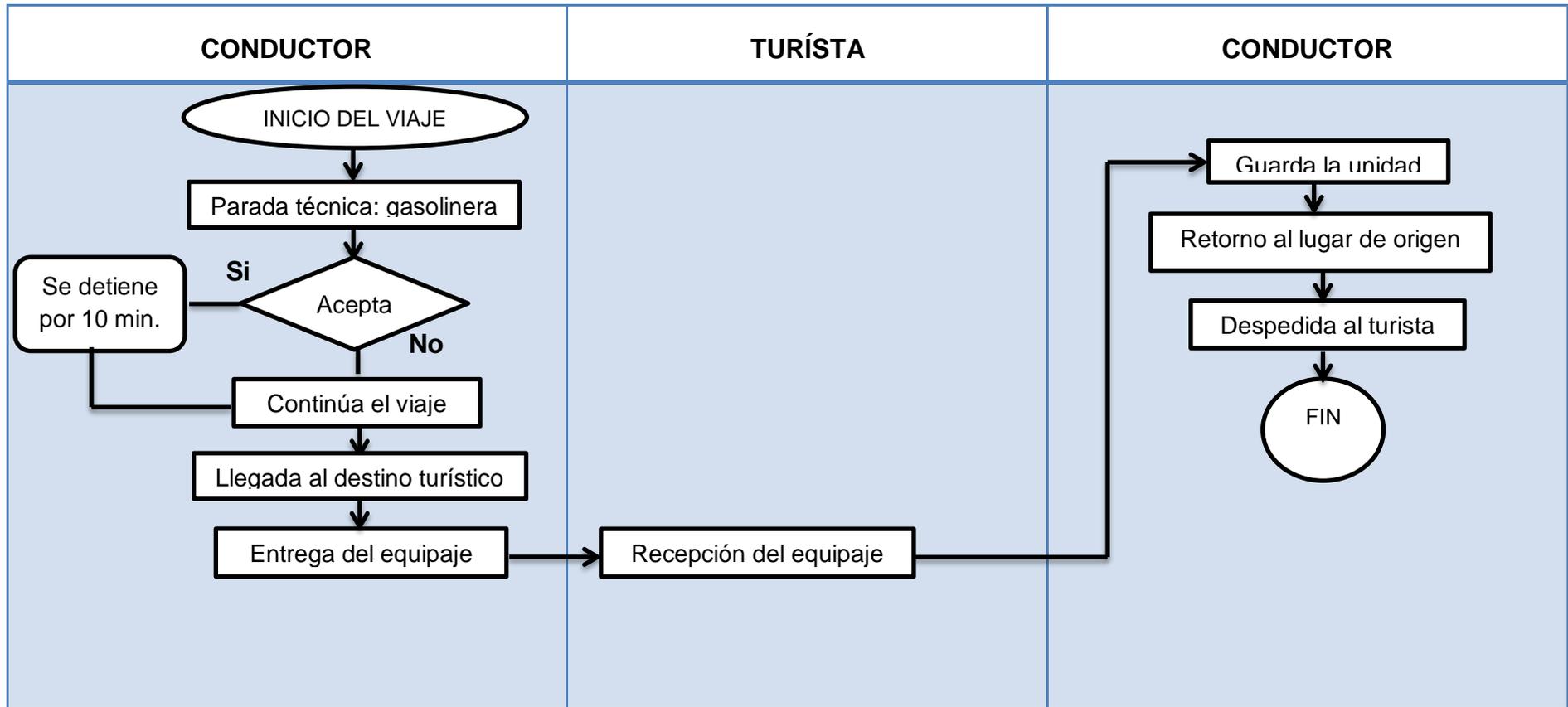


Figura 30 Diagrama de flujo de Ejecución del servicio

### 4.6.3. Distribución de la planta

“La distribución en planta consistirá en la ordenación física (dónde) de los factores y elementos industriales que participan en el proceso productivo de la empresa, en la distribución del área (cuánto), en la determinación de las figuras, formas (cómo) relativas y ubicación de los distintos departamentos”. (De la Fuente et al., 2008, pág. 176)

La empresa es de servicios por lo que no requiere de área de producción, es así que se presenta la distribución de las oficinas:

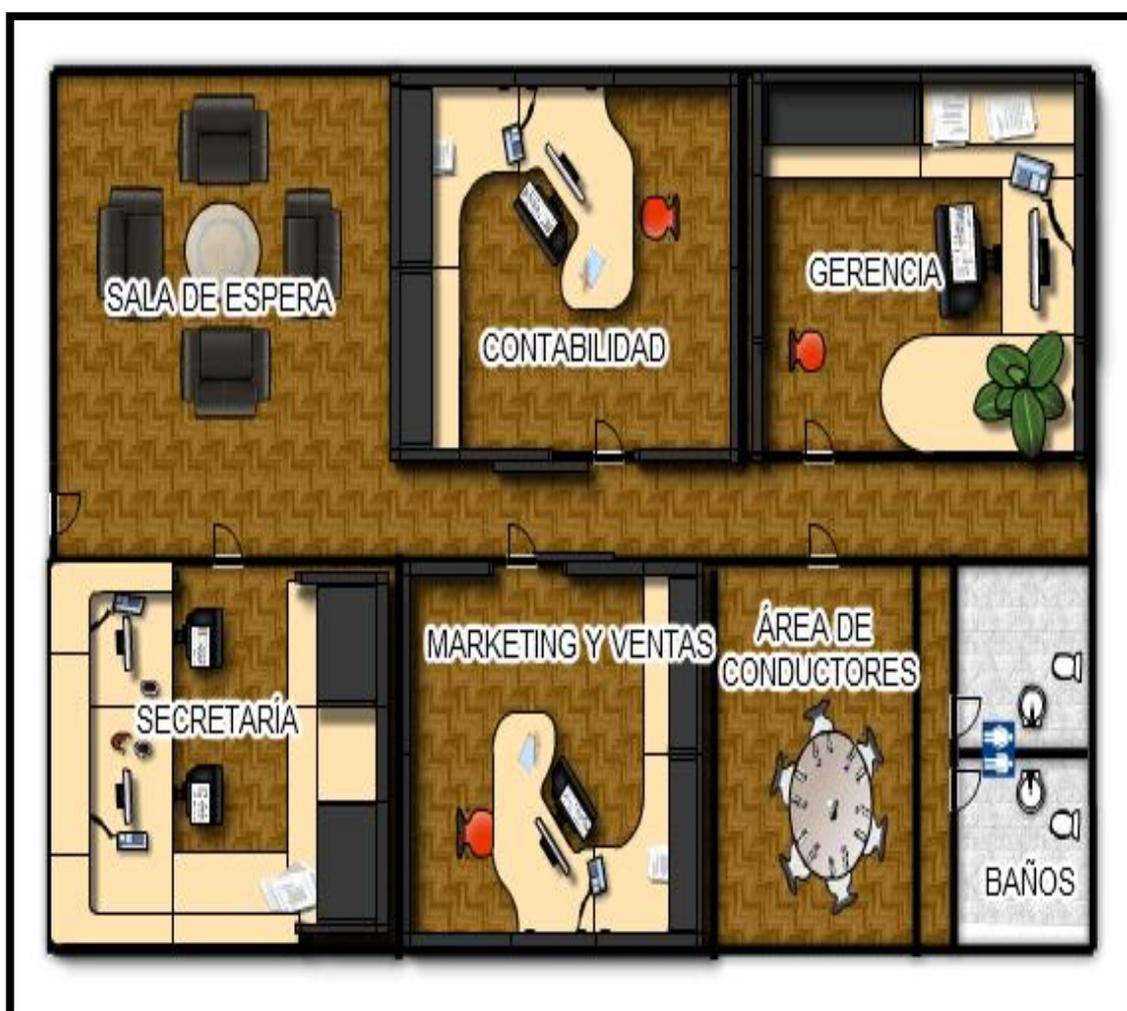


Figura 31 Distribución de las oficinas

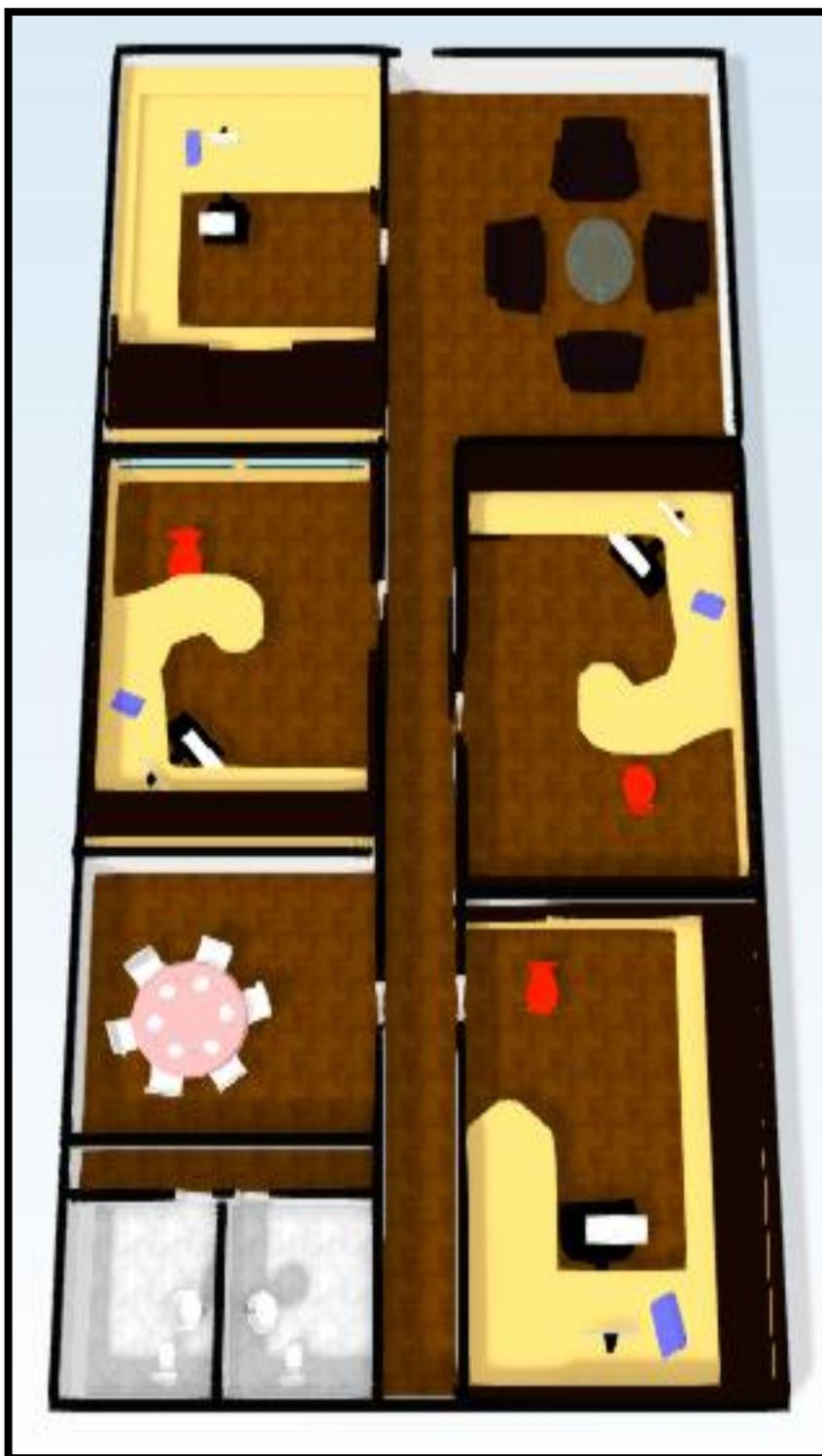


Figura 32 Distribución de las oficinas en 3D

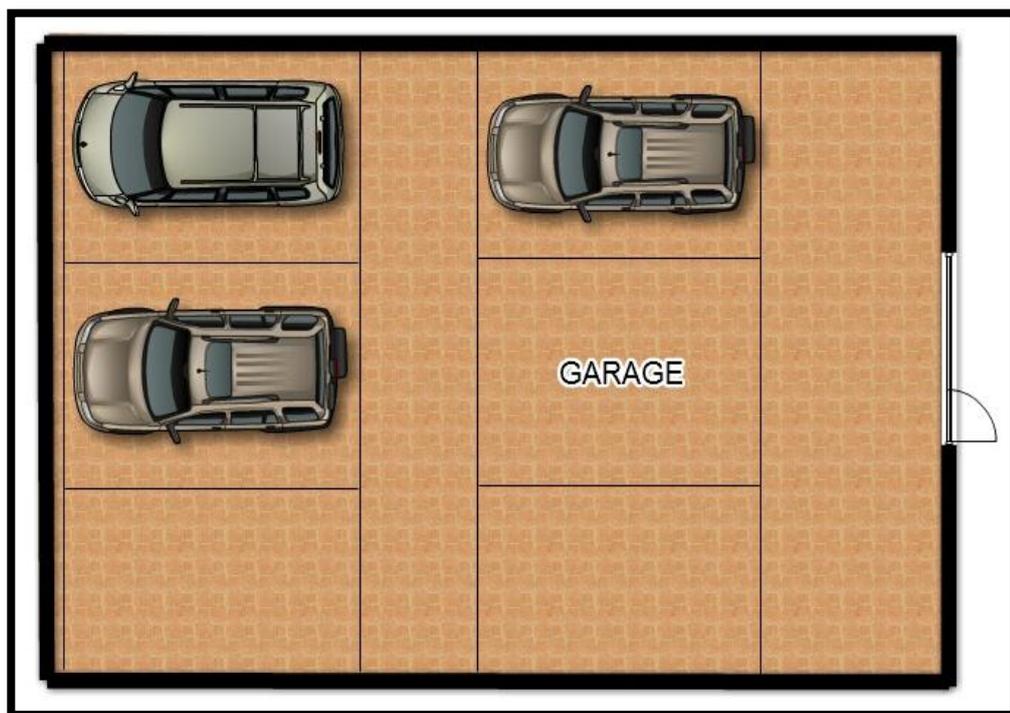


Figura 33 Garaje

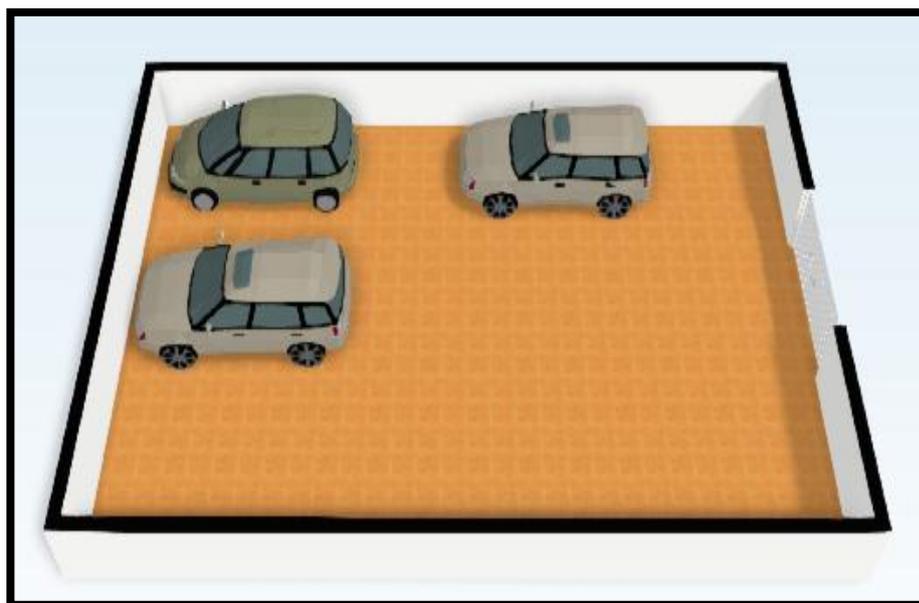


Figura 34 Garaje en 3D

## **4.7. Marco legal**

El tipo de constitución que tendrá la empresa es sociedad anónima, de acuerdo a, (H. CONGRESO NACIONAL, 2014), lo conceptualiza de la siguiente manera: “La compañía anónima es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formada por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones” (págs. 45, 46). Esta empresa es una sociedad de capital.

### **4.7.1. Responsabilidad de la compañía**

De acuerdo al artículo 143 de la Ley de Compañías, se menciona que los miembros de una sociedad anónima son únicamente responsables por el monto de las acciones invertidas en el capital de la entidad (H. CONGRESO NACIONAL, 2014).

### **4.7.2. Constitución de la compañía**

**Art. 146.-** La compañía se constituirá mediante escritura pública que se inscribirá en el Registro Mercantil del cantón en el que tenga su domicilio principal la compañía. La compañía existirá y adquirirá personalidad jurídica desde el momento de dicha inscripción. La compañía solo podrá operar a partir de la obtención del Registro Único de Contribuyentes en el SRI. Todo pacto social que se mantenga reservado, será nulo.

Nota: Artículo sustituido por la Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014. (H. CONGRESO NACIONAL, 2014, pág. 47)

### **4.7.3. Socios**

De acuerdo al artículo 147 del Ley de Compañías (H. CONGRESO NACIONAL, 2014), se menciona que la sociedad anónima no debe permanecer con menos de dos accionistas.

#### **4.7.4. Capital**

**Art. 160.-** La compañía podrá establecerse con el capital autorizado que determine la escritura de constitución. La compañía podrá aceptar suscripciones y emitir acciones hasta el monto de ese capital. Al momento de constituirse la compañía, el capital suscrito y pagado mínimos serán los establecidos por la resolución de carácter general que expida la Superintendencia de Compañías. (H. CONGRESO NACIONAL, 2014, pág. 52)

El capital mínimo para la sociedad anónima de acuerdo a la Superintendencia de Compañías y Valores es de 800,00 dólares.

#### **4.7.5. Aportaciones**

**Art. 161.-** Para la constitución del capital suscrito las aportaciones pueden ser en dinero o no, y en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles. No se puede aportar cosa mueble o inmueble que no corresponda al género de comercio de la compañía. (H. CONGRESO NACIONAL, 2014, págs. 51, 52)

### **4.8. Organización Administrativa**

#### **4.8.1. Empresa**

La empresa de transporte “TIERRA DEL VOLCÁN TOURS S.A.”, se ubicará en el sector del Aeropuerto, de acuerdo al análisis de micro localización, en la parroquia San Buenaventura, sector la FAE.

La empresa ofrece el servicio para turistas nacionales y extranjeros, agencias de viajes, tour operadoras, entidades privadas, unidades educativas, universidades, entre otras; hacia los diferentes destinos turísticos de las tres regiones Costa, Sierra y Amazonia.

Además se ofrece un servicio adicional de alimentación (box lunch) durante el viaje, que consiste en una bebida personal y un alimento de sal y

de dulce; se lo entregara en una caja de cartón; dicho servicio tendrá un precio adicional y se lo brindará de acuerdo a la decisión del cliente.

#### **4.8.2 Misión**

Somos una empresa de transporte turístico terrestre destinado a ofrecer el servicio de transporte, confiable, de calidad, cómodo y seguro a los diferentes destinos turísticos del país cumpliendo con las leyes vigentes que rigen la transportación turística, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes.

#### **4.8.3. Visión**

Ser reconocido como referente en el sector del transporte turístico del país para el año 2021, por el cumplimiento de principios como confianza, comodidad, seguridad, seriedad y profesionalismo.

#### **4.8.4. Objetivos estratégicos**

Los objetivos estratégicos permiten definir el futuro de la empresa, los cuales se enuncian a continuación:

- Satisfacer las expectativas de los turistas nacionales y extranjeros mediante un servicio característico que marca la diferencia ante la competencia.
- Cumplir con las normas de tránsito mediante la aplicación de la ley vigente, así como también del reglamento del ministerio de turismo que son los organismos que rigen el sector y que hacen posible el buen funcionamiento y el cumplimiento de la transportación turística.

- Innovar el servicio de transporte turístico mediante la implementación de nuevos servicios adicionales para posicionarse en la mente de los turistas.
- Motivar al personal administrativo y operativo mediante capacitaciones que permita adquirir conocimientos, de esta manera generar crecimiento personal y para la empresa.
- Diseñar un plan de marketing que permita introducir a la empresa en el menor tiempo posible en el mercado.

#### 4.8.5. Logo

El logo permite a la empresa ser identificada y diferenciada de la competencia, además permite posicionarse en la mente de los clientes. A continuación se presenta el logo de la empresa:



**Figura 35 Logo**

A continuación se describe los colores representados en el logo:

- **Azul:** Significa confianza, seguridad, comunicación.
- **Negro:** Representa fortaleza y seriedad.

- **Gris:** Indica fiabilidad, seguridad, formalidad, profesionalismo y modernidad.
- **Volcán Cotopaxi:** Atractivo turístico representativo de la ciudad de Latacunga y del país.
- **Bus:** Simboliza el servicio como tal de transportar a los turistas.

#### 4.8.6. Slogan

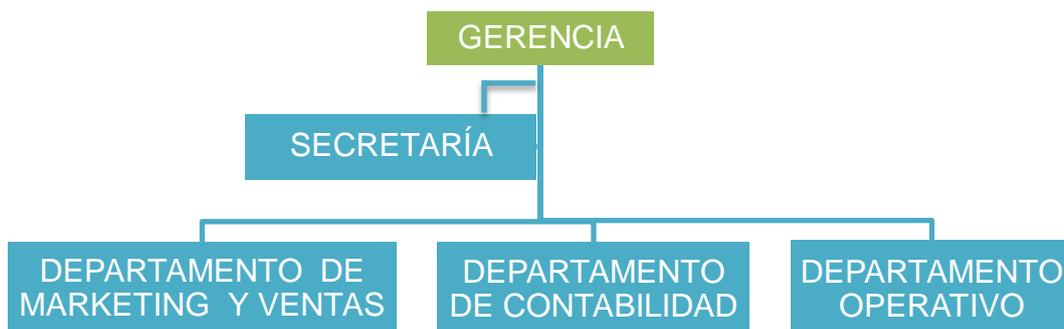


*¡Turismo! ... es más que simplemente viajar*

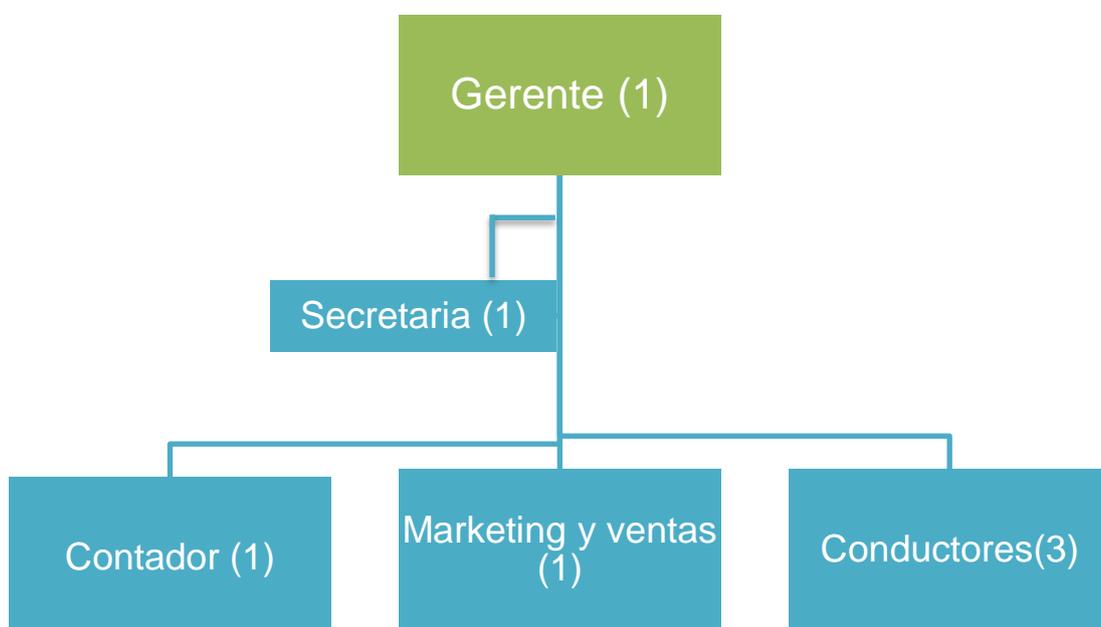
**Figura 36 Slogan**

#### 4.8.7. Organización Administrativa

La empresa “Tierra del Volcán Tours S.A.”, tendrá la siguiente organización administrativa, que contempla el organigrama estructural posicional y funcional que a continuación se indica:



**Figura 37 Organigrama estructural**



**Figura 38 Organigrama Posicional**



**Figura 39 Organigrama funcional**

#### 4.8.8. Manual de funciones

El manual es un instrumento que tiene como función principal ser guía, que permite identificar cada una de las funciones a cumplir por parte de los colaboradores de la empresa.

**Tabla 39**

**Manual de funciones: Gerente**

<p align="center"><b>MANUAL DE FUNCIONES “TIERRA DELVOLCÁN TOURS S.A”</b></p>	
<p align="center"><b>GERENTE</b></p>	
<p align="center"><b>NOMBRE DEL CARGO: GERENTE GENERAL</b></p>	
<p><b>DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN:</b> Se encarga de supervisar, planificar, organizar, controlar y determinar actividades, asignando tareas a los colaboradores, convirtiendo a la empresa en productiva y al servicio de la gente.</p>	
<p><b>REPORTAR A:</b></p>	<p>Ninguno</p>
<p><b>SUPERVISAR A:</b></p>	<p>Departamento administrativo, operativo, secretaria</p>
<p><b>COORDINA CON:</b></p>	<p>Departamento administrativo, operativo, secretaria</p>
<p><b>REQUISITOS DE ESTUDIO:</b></p>	<p>Título en Administración Turística o carreras afines</p>
<p><b>REQUISITOS DE EXPERIENCIA:</b></p>	<p>Un – dos años de experiencia en cargos similares</p>
<p><b>EDAD:</b></p>	<p>De 28 a 40 años</p>
<p><b>SEXO:</b></p>	<p>No determinante</p>
<p><b>ESTADO CIVIL:</b></p>	<p>No determinante</p>
<p><b>CONOCIMIENTOS EN:</b></p>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Administración de empresas</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación estratégica</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Turismo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contabilidad</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Recursos humanos</li> </ul>	

**CONTINÚA** 

• Marketing
• Legislación tributaria
• Manejo de aplicaciones informáticas
• Idiomas
• Ley de transporte turístico terrestre vigente
<b>ACTITUDES:</b>
• Actitud de líder
• Tolerante, comprometido
• Planificador, previsor, persuasivo
• Cordial, atento
• Optimista, innovador, orientado al cambio
<b>HABILIDADES:</b>
• Manejo de recursos financieros, humanos
• Liderazgo
• Negociación, gestión
• Planificación estratégica
• Comprensión hacia los colaboradores
• Capacidad en la toma de decisiones
• Aprendizaje continuo
• Delegar actividades
<b>FUNCIONES:</b>
• Representar a la empresa (administrativo y judicial)
• Planificar proyectos estratégicos para introducir a la empresa en el mercado
• Supervisar las actividades de los departamentos administrativo y operativo
• Diseñar planes de contingencia ante desastres naturales
• Alcanzar la mayor rentabilidad y beneficios
• Cumplir las disposiciones legales en el ámbito operativo de la ley de tránsito de transporte turístico terrestre, tributario.
• Crear un buen ambiente laboral con los colaboradores.
• Promover el trabajo en equipo
• Supervisar la presentación del personal
• Establecer alianzas estrategias con agencias de viajes, operadoras turísticas, instituciones públicas y privadas
• Verifica el cumplimiento de contratos

Tabla 40

## Manual de funciones: Secretaría

<p align="center"><b>MANUAL DE FUNCIONES "TIERRA DEL VOLCÁN TOURS S.A."</b></p>	
<b>SECRETARÍA</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO: SECRETARIA</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN:</b> Se encarga de asistir, organizar, coordinar actividades para el gerente general.	
<b>REPORTAR A:</b>	Gerente general
<b>SUPERVISAR A:</b>	Ninguno
<b>COORDINA CON:</b>	Gerente general
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO:</b>	Título en Secretariado ejecutivo o carreras afines
<b>REQUISITOS DE EXPERIENCIA:</b>	Un año de experiencia en cargos similares
<b>EDAD:</b>	De 22 a 34 años
<b>SEXO:</b>	Femenino
<b>ESTADO CIVIL:</b>	No determinante
<b>CONOCIMIENTOS EN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mecanografía</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ofimática</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ortografía</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gramática</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Caligrafía</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Archivo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Idiomas extranjeros (Inglés de preferencia)</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matemática financiera</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Contabilidad</li> </ul>	
<b>ACTITUDES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Honestidad, lealtad</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenos modales, simpatía, cortesía</li> </ul>	

**CONTINÚA** 

• Responsabilidad en las actividades a cargo
• Empatía
• Discreción
• Presentación profesional
• Adaptabilidad
• Proactivo
• Puntualidad
• Fluidez al hablar
<b>HABILIDADES:</b>
• Capacidad de negociación
• Trabajo en equipo bajo presión
• Capacidad de iniciativa
• Liderazgo
• Comunicación
• Motivación
• Atención al cliente
• Aprender idiomas
• Tacto al tratar con los clientes
<b>FUNCIONES:</b>
• Acatar y apoyar las ordenes de la gerencia
• Realizar trámites de la empresa
• Administra y prepara la agenda del gerente
• Recuerda las reuniones pendientes
• Recibe y realiza llamadas telefónicas, contesta correo electrónico
• Brinda apoyo logístico en eventos de la empresa
• Convoca a reuniones
• Atender y orientar a los clientes que soliciten el servicio de transporte turístico
• Realiza depósitos, retiros
• Responsable de la emisión de comprobantes de pago del servicio
• Cancela los servicios básicos de la empresa
• Redactar solicitudes, oficios, cartas
• Realizar registro, inventario, clasificación, archivo de documentos importantes de la empresa
• Entregar a tiempo y de manera adecuada las actividades encomendadas
• Y demás funciones que fuesen asignadas por la gerencia

Tabla 41

## Manual de funciones: Jefe de Marketing y Ventas

<p align="center"><b>MANUAL DE FUNCIONES "TIERRA DEL VOLCÁN TOURS S.A"</b></p>	
<b>MARKETING</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO: JEFE DE MARKETING Y VENTAS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN:</b> Encargado de la planificación de estrategias y ventas para el crecimiento de la empresa.	
<b>REPORTAR A:</b>	Gerente General
<b>SUPERVISAR A:</b>	Ninguno
<b>COORDINA CON:</b>	Gerencia, Departamento administrativo, operativo, secretaria
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO:</b>	Título en Ingeniero en Marketing, Ventas
<b>REQUISITOS DE EXPERIENCIA:</b>	Un año de experiencia en cargos similares
<b>EDAD:</b>	De 25 a 35 años
<b>SEXO:</b>	No determinante
<b>ESTADO CIVIL:</b>	No determinante
<b>CONOCIMIENTOS EN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaboración de planes de marketing</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fundamentos de marketing</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Investigación de campo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estudios de mercado</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología de la información</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dispositivos y medios para el uso del internet</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Métodos matemáticos y estadísticos</li> </ul>	
<b>ACTITUDES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pensamiento estratégico y práctico</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicador</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inteligencia emocional, seguro de sí mismo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitud de líder</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitud Positiva</li> </ul>	

**CONTINÚA** 

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actitud innovadora</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimista</li> </ul>
<b>HABILIDADES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Estratega</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Creatividad</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Competitivo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Innovador</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tendencia al aprendizaje continuo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo en equipo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollo del servicio</li> </ul>
<b>FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Elaborar y ejecutar el plan de marketing que defina las estrategias de mercado, con el fin de tener un avance progresivo de la empresa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el posicionamiento de la empresa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Detectar oportunidades en el mercado para que la empresa acceda a dicho nicho con ventajas competitivas.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar la dinámica del mercado.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Controlar y coordinar los procesos en su área de gestión.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar estrategias de comunicación para informar sobre la calidad del servicio de transporte turístico que se brinda.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Realiza evaluaciones del servicio de transporte turístico con el fin de incorporar servicios complementarios.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Generar herramientas para medir el grado de satisfacción de los clientes.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar a la competencia.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Diseño de la imagen corporativa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Desarrollar campañas estratégicas para la promoción de la empresa.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publicar y promocionar el servicio de transporte turístico.</li> </ul>

Tabla 42

## Manual de funciones: Contador/a

<b>MANUAL DE FUNCIONES</b> <b>“TIERRA DEL VOLCÁN TOURS</b> <b>S.A.”</b>	
<b>CONTADOR/A</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO: CONTADOR</b>	
<b>DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN:</b> Se encarga de llevar los estados financieros, estudia la situación de las cuentas; además es el asesor en la toma de decisiones financieras determinando si es rentable o no el negocio.	
<b>REPORTAR A:</b>	Gerente general
<b>SUPERVISAR A:</b>	Ninguno
<b>COORDINA CON:</b>	Departamento administrativo, operativo, secretaria
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO:</b>	Título de ingeniero/licenciado en Contabilidad y Auditoría
<b>REQUISITOS DE EXPERIENCIA:</b>	Un año de experiencia en cargos similares
<b>EDAD:</b>	De 24 a 36 años
<b>SEXO:</b>	No determinante
<b>ESTADO CIVIL:</b>	No determinante
<b>CONOCIMIENTOS EN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Impuestos</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Auditoría</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Costos</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Finanzas</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tecnología informática</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Matemática financiera</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión contable</li> </ul>	
<b>ACTITUDES:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Responsable</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Puntual</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sociable</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Confiable</li> </ul>	

**CONTINÚA** 

• Paciente
• Amable
• De objetividad
• De integridad
<b>HABILIDADES:</b>
• De adaptación
• De comunicación
• De negociación
• Pensamiento abstracto
• Trabajo en equipo
• Hallar soluciones
• Liderazgo
• Motivación
• Persistencia
• Empatía
• Capacidad de retención
• Análisis crítico
<b>FUNCIONES:</b>
• Planifica las actividades relacionadas al área contable.
• Realiza y presenta los estados financieros y balances de ganancias y pérdidas con información verídica.
• Revisar, archivar, clasificar y contabilizar documentación requerida para generar los estados financieros.
• Constata la información plasmada en los estados financieros.
• Da cumplimiento a las obligaciones tributarias.
• Verificar que la documentación tenga los datos correspondientes de la empresa para ser valederos.
• Elabora las declaraciones de impuestos para el SRI
• Llevar al día el registro de compras y ventas de acuerdo a las facturas recibidas y emitidas.
• Emite cheques para el personal administrativo y operativo.
• Realizar órdenes de compra, solicitudes de pago entre otros.
• Llevar el control bancario de los ingresos de la empresa.
• Realiza transferencias bancarias.
• Elabora órdenes de pago para reposición de caja chica.
• Elabora informes de las actividades ejecutadas.
• Demás funciones que le sean asignadas.

Tabla 43

## Manual de funciones de: Conductor

<p align="center"><b>MANUAL DE FUNCIONES "TIERRA DEL VOLCÁN TOURS S.A."</b></p>	
<b>CONDUCTOR</b>	
<b>NOMBRE DEL CARGO: CONDUCTOR DE TRANSPORTE TURÍSTICO TERRESTRE</b>	
<p><b>DESCRIPCIÓN DE LA OCUPACIÓN:</b> Se encarga de trasladar a los turistas en vehículos tipo autobús, furgonetas y automóvil, en ambientes urbanos, carreteras rurales, para excursiones, paseo local, traslados y desplazamientos especiales.</p>	
<b>REPORTAR A:</b>	Gerente general
<b>SUPERVISAR A:</b>	Ninguno
<b>COORDINA CON:</b>	Gerencia, departamento administrativo, secretaria, marketing y ventas
<b>REQUISITOS DE ESTUDIO:</b>	Licencia tipo D1
<b>REQUISITOS DE EXPERIENCIA:</b>	2 años de experiencia
<b>EDAD:</b>	Mayor a 25 años
<b>SEXO:</b>	Masculino
<b>ESTADO CIVIL:</b>	No determinante
<b>CONOCIMIENTOS EN:</b>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reglas de urbanidad y cuidados de higiene personal</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leyes y reglamentos aplicables a la conducción de vehículos</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reglamentos y procedimientos para minimizar el impacto ambiental del vehículo</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mecánica automotriz para reparar daños básicos</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Primeros auxilios</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Geografía turística</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rutas de los principales atractivos turísticos y ubicación de los hoteles, restaurantes, mercados y tiendas de artesanías</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad vial</li> </ul>	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Acomodación de equipaje</li> </ul>	

**CONTINÚA** 

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Señalización turística y de tránsito</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atención al cliente</li> </ul>
<b>ACTITUDES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Perseverante</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Atento</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Equilibrado emocionalmente</li> </ul>
<b>HABILIDADES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Comunicación oral y escrita</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cálculos de distancia y de tiempo para recorridos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Interpretación de mapas de carreteras, señalización de rutas turísticas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Planificación de corto plazo de acuerdo con ruta y condiciones de trayecto</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Preparación física para viajes largos y capacidad para transportar peso</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Visión aguda para identificar colores, objetos e informaciones a distancia</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Agudeza auditiva para identificar ruidos y, olfativa, para identificar olores</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Firmeza en la manipulación de objetos y coordinación motriz</li> </ul>
<b>FUNCIONES:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Inspeccionar y adecuar el vehículo para recibir a los turistas</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conducir el vehículo en recorrido turístico</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar y controlar documentos y registros</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reparar fallas del vehículo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Operar equipos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Implementar buenas prácticas de turismo sostenible</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Apoyar al guía de turismo</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mantener seguridad y privacidad del turista</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Asegurar el bienestar del turista</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Actuar en emergencias</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuidar de la apariencia personal y postura profesional</li> </ul>

Fuente: (Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN), 2008)

## CAPÍTULO V

### ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

Una vez cumplido con los estudios de mercado, técnico, administrativo y legal; el estudio económico y financiero proyecta los recursos económicos necesarios para tomar la decisión de invertir en el proyecto.

Tierra del Volcán Tours S.A., cuenta con 4 socios, cada uno de los accionistas aportara con 30.000 dólares en bienes tangibles y de capital, obteniendo un capital social de 120.000 dólares.

#### 5.1. Inversiones por áreas

A continuación se detalla el equipamiento necesario para cada una de las áreas del presente proyecto:

**Tabla 44**

#### Área de secretaría y sala de espera

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	1	200,00	200,00
Silla giratoria	1	34,00	34,00
Computadora de escritorio Inspiron Small Desktop 3252	1	279,00	279,00
Impresora Multifunción Epson L210	1	365,90	365,90
Tinta para impresora Epson L210	1	20,00	20,00
Teléfono convencional	1	16,00	16,00
Juego de sala	1	300,00	300,00
<b>Total</b>		<b>1.214,90</b>	<b>1.214,90</b>

Tabla 45

**Administración: Gerencia, contabilidad, marketing y ventas**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Escritorio	3	200,00	600,00
Silla giratoria	3	34,00	102,00
Computadora de escritorio Inspiron Small Desktop 3252	3	279,00	837,00
Archivador	1	150,00	150,00
Teléfono convencional	1	16,00	16,00
Útiles de oficina		80,00	80,00
Teléfono celular	1	100,00	100,00
Basureros	8	3,00	24,00
<b>Total</b>		<b>862,00</b>	<b>1829,00</b>

Tabla 46

**Área de conductores**

Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Mesa redonda	1	60,00	60,00
Sillas	3	23,00	69,00
<b>Total</b>		<b>83,00</b>	<b>129,00</b>

Tabla 47

**Unidades**

Descripción	Cantidad	Valor Total
County (25 pax)	1	72.490,00
County (25 pax)	1	72.490,00
Van H1 (11 pax)	1	40.990,00
<b>Total</b>		<b>185.970,00</b>

## 5.2. Inversión inicial

**Tabla 48**

### Inversión Inicial

<b>INVERSIÓN INICIAL</b>	
<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>VALORES</b>
Equipo de computo	1.481,90
Muebles y enseres	1.542,00
Equipo de oficina	132,00
Vehículo	185.970,00
<b>Total de activos fijos</b>	<b>189.125,90</b>
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de constitución	2.000,00
Gastos de puesta en marcha	1.000,00
Gastos de capacitación	1.000,00
<b>Total de activos diferidos</b>	<b>4.000,00</b>
<b>TOTAL</b>	<b>193.125,90</b>

## 5.3. Costos

### Costos de Ventas

Los costos son el valor de producción del servicio, que permite obtener provecho a tiempo futuro; dentro de estos se encuentran los sueldos de conductores, marketing y ventas, que a continuación se muestran:

Tabla 49

## Rol de pagos personal de Ventas

ROL DE PAGOS					
CARGO	SUELDO BÁSICO	APORTE PATRONAL	APORTE PERSONAL	LIQUIDO A RECIBIR	TOTAL GENERAL
Marketing y ventas	375,59	45,63	35,49	340,10	456,72
Conductor 1	557,5	67,74	52,68	504,82	677,92
Conductor 2	557,5	67,74	52,68	504,82	677,92
Conductor 3	557,5	67,74	52,68	504,82	677,92
<b>Total</b>	<b>2048,09</b>	<b>248,84</b>	<b>193,54</b>	<b>1854,55</b>	<b>2490,48</b>

En la siguiente tabla se muestran los costos totales de ventas incluido los sueldos:

Tabla 50

## Costos de Ventas

CARGO	MENSUAL	ANUAL
Sueldo de conductores (3 personas)	677,92	24.405,12
Sueldo de marketing y ventas	456,72	5480,64
Mantenimiento automotriz	774,91	9.299,00
Publicidad	83,33	1000,00
Seguros	533,33	6400,00
<b>TOTAL</b>	<b>2.526,00</b>	<b>46.584,76</b>

## 5.4. Gastos

## Gastos administrativos

Los gastos son necesarios para el funcionamiento de la empresa pero no son considerados de manera directa en la generación del servicio, por lo que el dinero no es recuperable en tiempo futuro. Dentro de los gastos

administrativos se encuentra los sueldos del gerente general, la secretaria y el contador, que a continuación se detalla:

**Tabla 51**

**Rol de pagos personal Administrativo**

<b>ROL DE PAGOS</b>					
<b>CARGO</b>	<b>SUELDO BÁSICO</b>	<b>APORTE PATRONAL</b>	<b>APORTE PERSONAL</b>	<b>LIQUIDO A RECIBIR</b>	<b>TOTAL GENERAL</b>
Gerente general	383,09	46,55	36,20	346,89	465,84
Secretaria	373,65	45,40	35,31	338,34	454,36
Contador	379,47	46,11	35,86	343,61	461,44
<b>Total</b>	<b>1136,21</b>	<b>138,05</b>	<b>107,37</b>	<b>1028,84</b>	<b>1381,64</b>

En la siguiente tabla se detalla los gastos totales de administración incluido los sueldos:

**Tabla 52**

**Gastos Administrativos**

<b>CARGO</b>	<b>MENSUAL</b>	<b>ANUAL</b>
Sueldo de personal administrativo (3 personas)	1381,64	16579,68
Arriendos	400	4.800
Servicios básicos	100	1.200
Papelería	100	1.200
Seguros	533,33	6.400
<b>Total</b>	<b>2514,97</b>	<b>30179,68</b>

### 5.3. Depreciaciones

**Tabla 53**

**Depreciaciones de activos fijos**

ACTIVOS FIJOS	VALORES	VALOR RESIDUAL	TIEMPO DE DEPREC.	% DE DEPREC.	VALOR ANUAL
Equipo de computo	1.481,9	493,9	3 AÑOS	33,33%	329,33
Muebles y enseres	1.542	154	10 AÑOS	10%	138,78
Equipo de oficina	132	13	10 AÑOS	10%	11,88
Vehículos	185.970	37.194	5 AÑOS	20%	29.755
<b>TOTAL</b>	<b>189.126</b>	<b>37.855</b>			<b>30235</b>

**Tabla 54**

**Amortización de activos fijos**

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR	TIEMPO DE AMORTIZACIÓN	VALOR MENSUAL	VALOR ANUAL
Gastos de constitución	2.000	5 AÑOS	33,33	400
Gastos de puesta en marcha	1.000	5 AÑOS	16,67	200
Gastos de capacitación	1.000	5 AÑOS	16,67	200
<b>TOTAL</b>	<b>4.000</b>		<b>66,67</b>	<b>800</b>

#### 5.4. Capital de trabajo

Tabla 55

##### Capital de Trabajo

DESCRIPCIÓN	VALORES MENSUALES	VALORES ANUALES
COSTO DE VENTAS		
Sueldo de ventas	456,72	5.480,64
Sueldo de conductores	2.033,76	24.405,12
Publicidad	83,30	1.000,00
Seguro de vehículos	533,33	6.400,00
Mantenimiento automotriz	774,91	9.299,00
<b>Total Costos de Ventas</b>	<b>3.882,05</b>	<b>46.584,76</b>
GASTOS ADMINISTRATIVOS		
Sueldo de personal administrativo	1.381,64	16.579,68
Servicios básicos	100,00	1.200,00
Papelería	100,00	1.200,00
Arriendo oficinas	400,00	4.800,00
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>1.981,64</b>	<b>23.779,68</b>
<b>TOTAL</b>	<b>5.863,69</b>	<b>70.364,44</b>

#### 5.5. Inversión Inicial total

Tabla 56

##### Inversión Inicial total

INVERSIÓN INICIAL	
ACTIVOS FIJOS	VALORES
Equipo de computo	1.481,90
Muebles y enseres	1.542,00
Equipo de oficina	132,00
Vehículo	185.970,00
<b>Total activos fijos</b>	<b>189.125,90</b>

CONTINÚA 

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Gastos de constitución	2.000,00
Gastos de puesta en marcha	1.000,00
Gastos de capacitación	1.000,00
<b>Total activos diferidos</b>	<b>4.000,00</b>
Capital de trabajo	5863,69
<b>TOTAL INVERSIONES</b>	<b>198.989,59</b>

## 5.6. Financiamiento

Tabla 57

### Financiamiento

<b>FUENTES DE CAPITAL</b>	<b>VALOR USD</b>	<b>ESTRUCTURA</b>
Capital propio	120000,00	60%
Financiamiento	78.989,59	40%
<b>TOTAL DE LA INVERSION</b>	<b>198.989,59</b>	<b>100%</b>

Del total de la inversión es de 198.989,59 dólares, de los cuales se realizará un préstamo de 78.989,59 dólares.

Tabla 58

### Gasto Financiero

<b>"TIERRA DEL VOLCAN TOURS S.A."</b>				
<b>TABLA DE AMORTIZACIÓN</b>				
<b>MONTO DEL PRESTAMO:</b>	78.989,59			
<b>TASA:</b>	11,83%			
<b>PLAZO:</b>	5			
		<b>PAGO INT</b>	<b>PAGO PRIN</b>	
<b>PERIODO</b>	<b>DIVIDENDO</b>	<b>INTERES</b>	<b>CAPITAL</b>	<b>SALDO</b>
0				\$78.989,59
1	\$21.820,27	\$9.344,47	\$12.475,80	\$66.513,79

CONTINÚA 

2	\$21.820,27	\$7.868,58	\$13.951,69	\$52.562,09
3	\$21.820,27	\$6.218,10	\$15.602,18	\$36.959,92
4	\$21.820,27	\$4.372,36	\$17.447,91	\$19.512,00
5	\$21.820,27	\$2.308,27	\$19.512,00	<b>\$0,00</b>

## 5.7. Resumen de Costos y Gastos

Tabla 59

### Resumen de Costos y Gastos

<b>COSTOS DE VENTAS</b>	<b>2017</b>
Sueldo de conductores (3 personas)	24.405,12
Sueldo de marketing y ventas	5.480,64
Mantenimiento automotriz	9.299,00
Publicidad	1.000,00
Seguros	6.400,00
Depreciaciones	29.755,20
<b>Subtotal</b>	<b>76.339,96</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>	
Sueldo de personal administrativo (3 personas)	16.579,68
Arriendos	4.800,00
Servicios básicos	1.200,00
Papelería	1.200,00
Depreciaciones	479,99
Amortizaciones	800,00
<b>Subtotal</b>	<b>25.059,67</b>
<b>GASTO FINANCIERO</b>	9.344,47
<b>Total</b>	<b>110.744,10</b>

## 5.8. Ingresos

El crecimiento del volumen de las ventas tendrá del 10% por año, mientras que el precio de los viajes tendrá el 1.78% correspondiente al mes de abril de acuerdo a la inflación anual 2016. Los ingresos de la empresa se detallan en dólares de acuerdo al número de viajes de cada una de las unidades que a continuación se muestra:

**Tabla 60**  
**Ingresos**

<b>"TIERRA DEL VOLCÁN TOURS S.A."</b>					
<b>PRESUPUESTO DE INGRESOS</b>					
<b>VOLUMEN ESTIMADO DE VENTAS</b>	<b>2017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>	<b>2.021</b>
Van H1	144	158	174	192	211
County	144	158	174	192	211
County	144	158	174	192	211
<b>PRECIOS ESTIMADOS EN DOLARES ( POR VIAJE)</b>	<b>2017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>	<b>2.021</b>
Van H1	90,00	91,60	93,23	94,89	96,58
County	230,00	234,094	238,26	242,50	246,82
County	230,00	234,094	238,26	242,50	246,82
<b>INGRESOS TOTALES</b>	<b>79.200,00</b>	<b>88.670,74</b>	<b>99.273,98</b>	<b>111.145,17</b>	<b>124.435,9</b>

## 5.7. Estado de resultados

Tabla 61

### Estado de Resultados

<b>"TIERRA DEL VOLCAN TOURS S.A."</b>						
<b>ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS</b>						
<b>PERIODOS</b>		<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>	<b>2.021</b>
		<b>MONTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>MONTO</b>
+	INGRESOS	79.200,00	88.670,74	99.273,98	111.145,17	124.435,90
-	COSTO DE VENTAS	46.584,76	47.300,05	48.028,07	48.769,05	49.523,22
=	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	32.615,24	41.370,69	51.245,91	62.376,12	74.912,69
-	GASTOS ADMINISTRATIVOS	23.779,68	24.202,96	24.633,77	25.072,25	25.518,54
-	GASTO DE DEPRECIACION Y AMORTIZACION	31.035,19	31.035,19	31.035,19	31.035,19	31.035,19
=	UTILIDAD OPERATIVA	-22.199,63	-13.867,46	-4.423,05	6.268,68	18.358,96
-	GASTOS FINANCIEROS	9.344,47	7.868,58	6.218,10	4.372,36	2.308,27
=	UTILIDAD ANTES DE REPARTICIÓN A TRABAJADORES	-31.544,10	-21.736,04	-10.641,14	1.896,32	16.050,69
-	15% REPARTO A TRABAJADORES	-4.731,61	-3.260,41	-1.596,17	284,45	2.407,60
=	UTILIDAD ANTES DE IMPUESTO A LA RENTA	-26.812,48	-18.475,63	-9.044,97	1.611,87	13.643,09
	22% DE IMPUESTO A LA RENTA	-5.898,75	-4.064,64	-1.989,89	354,61	3.001,48
=	UTILIDAD NETA	<b>-20.913,74</b>	<b>-14.410,99</b>	<b>-7.055,08</b>	<b>1.257,26</b>	<b>10.641,61</b>

## 5.8. Flujo neto de fondos

Tabla 62

### Flujo Neto de Fondos

<b>"TIERRA DEL VOLCAN TOURS S.A."</b>							
<b>FLUJO NETO DE FONDOS</b>							
		<b>2.016</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>	<b>2.021</b>
		<b>MONTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>MONTO</b>	<b>MONTO</b>
=	UTILIDAD OPERATIVA		-22.199,63	-13.867,46	-4.423,05	6.268,68	18.358,96
+	DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN		31.035,19	31.035,19	31.035,19	31.035,19	31.035,19
-	PARTICIPACIÓN TRABAJADORES		-4.731,61	-3.260,41	-1.596,17	284,45	2.407,60
-	IMPUESTO A LA RENTA		-5.898,75	-4.064,64	-1.989,89	354,61	3.001,48
+	REPOSICION DE ACTIVOS				1.481,90		
-	GASTO FINANCIERO		9.344,47	7.868,58	6.218,10	4.372,36	2.308,27
-	PAGO DE CAPITAL		12.475,80	13.951,69	15.602,18	17.447,91	19.512,00
+	VALOR DE SALVAMENTO (VALOR DEL ACTIVO EN EL AÑO 5)						1.330,97
+	CAPITAL DE TRABAJO						5.863,69
		-198.989,59					
=	FLUJO DE FONDOS NETOS DEL PROYECTO	<b>-198.989,59</b>	<b>-2.354,35</b>	<b>2.672,50</b>	<b>9.859,83</b>	<b>14.844,53</b>	<b>29.359,45</b>

## 5.9. Balance general

Tabla 63

### Balance General

<b>"TIERRA DEL VOLCAN TOURS S.A."</b>					
<b>BALANCE GENERAL</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>2.017</b>	<b>2.018</b>	<b>2.019</b>	<b>2.020</b>	<b>2.021</b>
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>					
Caja - Bancos	15985,14	41047,27	65486,68	89541,76	116954,08
<b>TOTAL ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>15985,14</b>	<b>41047,27</b>	<b>65486,68</b>	<b>89541,76</b>	<b>116954,08</b>
<b>ACTIVO FIJO</b>					
Equipo de computo	1.481,90	1.152,57	823,24	493,92	493,92
( - Depreciación acumulada equipo de cómputo)	329,33	329,33	329,33	0,00	0,00
Muebles y enseres	1.542,00	1.403,22	1.264,44	1.125,66	986,88
( - Depreciación acumulada muebles y enseres)	138,78	138,78	138,78	138,78	138,78
Equipo de oficina	132,00	120,12	108,24	96,36	84,48
( - Depreciación acumulada equipo de oficina)	11,88	11,88	11,88	11,88	11,88
Vehículo	185.970,00	156.214,80	126.459,60	96.704,40	66.949,20
( - Depreciación acumulada vehículo)	29.755,20	29.755,20	29.755,20	29.755,20	29.755,20
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>	<b>158.890,71</b>	<b>128.655,52</b>	<b>98.420,34</b>	<b>68.514,48</b>	<b>38.608,62</b>
<b>ACTIVO DIFERIDO</b>					
Gastos de constitución	2.000,00	1.600,00	1.200,00	800,00	400,00

**CONTINÚA** 

(- Amortización acum. Gastos de constitución)	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Gastos de puesta en marcha	1.000,00	800,00	600,00	400,00	200,00
(- Amortización acum. Gastos de puesta en marcha)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Gastos de capacitación	1.000,00	800,00	600,00	400,00	200,00
(- Amortización acum. Gastos de capacitación)	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
<b>TOTAL ACTIVO DIFERIDO</b>	<b>3.200,00</b>	<b>2.400,00</b>	<b>1.600,00</b>	<b>800,00</b>	<b>0,00</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>178.075,85</b>	<b>172.102,79</b>	<b>165.507,02</b>	<b>158.856,24</b>	<b>155.562,69</b>
<b>PASIVO</b>					
<b>PASIVO CORTO PLAZO</b>					
Préstamo por pagar	78.989,59	66.513,79	52.562,09	36.959,92	19.512,00
Participación por pagar 15 % trabajadores	0,00	0,00	0,00	284,45	2407,60
Impuestos por pagar	0,00	0,00	0,00	354,61	3001,48
<b>TOTAL PASIVO CORTO PLAZO</b>	<b>78989,59</b>	<b>66513,79</b>	<b>52562,09</b>	<b>37598,98</b>	<b>24921,09</b>
<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>78989,59</b>	<b>66513,79</b>	<b>52562,09</b>	<b>37598,98</b>	<b>24921,09</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital social	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00	120.000,00
Utilidad del ejercicio	-20.913,74	-14.410,99	-7.055,08	1.257,26	10.641,61
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>99.086,26</b>	<b>105.589,01</b>	<b>112.944,92</b>	<b>121.257,26</b>	<b>130.641,61</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>178.075,85</b>	<b>172.102,79</b>	<b>165.507,02</b>	<b>158.856,24</b>	<b>155.562,69</b>

## 5.10. Punto de equilibrio

**Tabla 64**

### Punto de Equilibrio

<b>COSTOS FIJOS</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Sueldo de personal administrativo	16.579,68	16.874,80	17.175,17	17.480,89	17.792,05
Arriendos	4.800,00	4.885,44	4.972,40	5.060,91	5.150,99
Mantenimiento automotriz	9.299,00	9.464,52	9.632,99	9.804,46	9.978,98
Seguros	6.400,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00	6.400,00
Servicios básicos	1.200,00	1.221,36	1.243,10	1.265,23	1.287,75
Papelería	1.200,00	1.221,36	1.243,10	1.265,23	1.287,75
Depreciaciones	30.235,19	30.235,19	30.235,19	30.235,19	30.235,19
Amortizaciones	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
<b>TOTAL COSTOS FIJOS</b>	<b>70.513,87</b>	<b>71.102,67</b>	<b>71.701,95</b>	<b>72.311,90</b>	<b>72.932,70</b>
<b>COSTOS VARIABLES</b>					
	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Sueldo de conductores	24.405,12	24.839,53	25.281,67	25.731,69	26.189,71
Sueldo de marketing y ventas	5480,64	5578,195	5677,487	5778,547	5881,405
Publicidad	1000	1017,8	1035,917	1054,356	1073,124
<b>TOTAL COSTOS VARIABLES</b>	<b>30.885,76</b>	<b>31.435,53</b>	<b>31.995,08</b>	<b>32.564,59</b>	<b>33.144,24</b>

Para calcular el punto de equilibrio se aplica la siguiente fórmula:

$$PE = \frac{\text{COSTOS FIJOS}}{1 - \frac{\text{COSTOS VARIABLES}}{\text{VENTAS}}}$$

(Flores Cebrian , 2012), tomando los datos de la tabla 64 se procede a calcular en unidades monetarias.

$$PE = \frac{70.513,87}{1 - \frac{30.885,76}{79200}}$$

$$PE = \frac{70.513,87}{1 - 0,3899}$$

$$PE = \frac{70.513,87}{0,6100}$$

**PE = \$115.591,15**, es el valor que se vende para no perder ni ganar.

## EVALUACION FINANCIERA

### 5.11. Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)

La TMAR, es la tasa que el inversor recibe como mínimo del proyecto por invertir su dinero en el proyecto. Para lo cual se debe determinar dos parámetros que son el capital propio y el financiamiento, los cuales se representan en porcentajes de participación para cubrir con la inversión inicial total, además se requiere calcular el costo de capital.

Para el cálculo del costo de capital propio se requiere determinar la tasa sin riesgo (Tasa Pasiva) y la tasa con riesgo (Riesgo País), mientras que para el financiamiento se toma el interés de la entidad bancaria, en este caso se ha tomado del Banco Central del Ecuador.

**Tabla 65**

#### Costo de Capital Propio

<b>COSTO DEL CAPITAL PROPIO</b>	
TASA SIN RIESGO	5,85%
TASA CON RIESGO	7,25%
<b>COSTO DEL CAPITAL PROPIO</b>	<b>13,10%</b>

**Tabla 66**

#### Cálculo de TMAR

<b>FUENTES DE CAPITAL</b>	<b>VALOR</b>	<b>% PARTIC.</b>	<b>COSTO DE CAPITAL</b>	<b>TASA DE DESCUENTO TMAR</b>
Capital propio	120.000,00	60%	13,10%	7,90%
Financiamiento	78.989,59	40%	11,83%	4,70%
<b>Total de la inversión</b>	<b>198.989,59</b>	<b>100%</b>		<b>12,60%</b>

La TMAR del proyecto corresponde al 12,60%, es decir el la tasa aceptable que el inversionista requiere para invertir.

### 5.12. Valor presente neto (VPN)

De acuerdo a (Baca Urbina, Evaluación de Proyectos, 2006), considera que “Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados a la inversión inicial” (pág. 221). Siendo así la riqueza que genera el proyecto de inversión.

Para el cálculo del VPN, se aplica la siguiente fórmula:

$$\text{VPN} = \frac{\sum \text{Fe}}{(1-K)^n} - \text{Inversión}$$

Dónde:

$\sum \text{Fe}$  = Flujos de fondos netos del proyecto

$K$  = TMAR

$n$  = Tiempo de vida del proyecto

Remplazando tenemos lo siguiente:

$$\text{VPN} = -2.354,35/(1+0,126)^1 + 2.672,50/(1+0,126)^2 + 9.859,83/(1+0,126)^3 + 14.844,53/(1+0,126)^4 + 29.359,45/(1+0,126)^5 - 198989,59$$

$$\text{VPN} = 32378,07 - 198989,59$$

$$\text{VPN} = \$ - 166.606,34$$

**Tabla 67**  
**Cálculo del VNP**

<b>"TIERRA DEL VOLCAN TOURS S.A."</b>							
<b>VALOR ACTUAL NETO DEL PROYECTO</b>							
<b>AÑOS</b>		<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>TMAR</b>	<b>12,60%</b>						
<b>FLUJOS DE FONDOS NETOS</b>		-198989,59	-2354,35	2672,50	9859,83	14844,53	29359,45
<b>VNP</b>		<b>-\$ 166.606,34</b>					

El Valor Actual Neto es negativo por lo que el proyecto no es viable.

### **5.13. Tasa interna de rendimiento (TIR)**

Según (Lara Dávila, 2011), conceptualiza al TIR de la siguiente manera:

Es la tasa que convierte al VPN en cero, esto significa que la totalidad de los flujos positivos actualizados son exactamente igual a la totalidad de los flujos negativos actualizados. Lo que significa que es la tasa más alta que los inversionistas pueden pagar sin perder su dinero. (pág. 251)

El TIR permite determinar con exactitud la rentabilidad del proyecto.

Tabla 68

## Cálculo del TIR

<b>"TIERRA DEL VOLCAN TOURS S.A."</b>						
<b>TIR DEL PROYECTO</b>						
<b>AÑOS</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
<b>FLUJOS DE FONDOS NETOS</b>	-198989,59	-2354,35	2672,50	9859,83	14844,53	29359,45
<b>TAZA INTERNA DE RETORNO (TIR)</b>	<b>-25,28%</b>					

El valor del TIR es de -25,28% del proyecto, al ser el TIR menor al valor de la TMAR el proyecto no es viable.

#### 5.14. Ratio beneficio - costo

Según (Lara Dávila, 2011), considera que “Es la relación entre todos los ingresos de efectivo actualizado del proyecto divididos para los egresos de efectivo actualizados incluyendo la inversión” (pág. 255).

**Tabla 69**

#### Ratio beneficio - costo

<b>"TIERRA DEL VOLCAN TOURS S.A."</b>					
<b>RELACIÓN COSTO – BENEFICIO</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>BENEFICIOS (INGRESOS)</b>	<b>COSTOS (EGRESOS)</b>	<b>COEFIC. (1+i)</b>	<b>BENEFICIO ACTUALIZADO</b>	<b>COSTO ACTUALIZADO</b>
			<b>12,60%</b>		
<b>0</b>	0	198.989,59	1	0	198.989,59
<b>1</b>	79.200,00	46.584,76	1,13	70.337,48	41.371,90
<b>2</b>	88.446,82	47.300,25	1,27	69.759,83	37.306,68
<b>3</b>	99.137,24	48.028,27	1,43	69.441,91	33.642,00
<b>4</b>	110.760,11	48.769,25	1,61	68.901,68	30.338,39
<b>5</b>	123.945,79	49.523,42	1,81	68.476,23	27.360,16
				<b>346.917,13</b>	<b>369.008,72</b>

$$R C/B = 0,94$$

La razón costo – beneficio es menor a 1, lo que muestra que los costos son mayores a los beneficios, es decir no se recupera el dinero que se invierte.

### 5.15. Periodo de recuperación de la inversión

Determina el tiempo en el que será recuperado el dinero invertido, para lo cual se debe recurrir a los flujos de fondos.

Se aplica la siguiente fórmula:

$$P \frac{R}{K} = N - 1 + \frac{(F.A)n - 1}{(F)n}$$

**Dónde:**

$P \frac{R}{K}$  = Período de Recuperación de capital.

**N**= Año en el que el flujo acumulado cambia de signo.

**(F.A)n-1**= Flujo de efectivo Acumulado en el año previo a N (valor absoluto-sin importar el signo).

**(F)n**= Flujo de efectivo neto en el año N. (Lara Dávila, 2011)

**Tabla 70**

#### Periodo de recuperación de la Inversión

"TIERRA DEL VOLCAN TOURS S.A."		
PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN		
AÑO	FLUJO DE FONDOS	FLUJO DE FONDOS ACUMULADO
0	-198.989,59	-198.989,59
1	-2.354,35	-201.343,94

CONTINÚA 

2	2.672,50	-198.671,44
3	9.859,83	-188.811,61
4	14.844,53	-173.967,07
5	29.359,45	-144.607,62
6	51.992,98	-92.614,64
7	62.213,67	-30.400,97
8	73.740,48	43.339,51
9	86.731,06	130.070,57
10	101.362,00	231.432,57

Reemplazando tenemos lo siguiente:

$$P \frac{R}{K} = 8 - 1 + \frac{(-30.400,97)}{73.740,48}$$

$$P \frac{R}{K} = 7 + 0,4122$$

$$P \frac{R}{K} = 7,412$$

El tiempo en el que se recupera el capital es de 7 años, 4 meses.

### 5.16. Resumen de los criterios de Evaluación

**Tabla 71**

**Criterios de evaluación**

<b>"TIERRA DEL VOLCAN TOURS S.A."</b>			
<b>RESUMEN DE LOS CRITERIOS DE EVALUACIÓN</b>			
	<b>RECOMENDACIÓN</b>	<b>VALOR</b>	<b>RESULTADO</b>
Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR)		12,60%	Valor mínimo de rentabilidad del proyecto
Tasa interna de rendimiento (TIR)	$TIR > TMAR$	-25,80%	No viable
Valor presente neto (VPN)	$VAN > 0$	-166606,34	No viable
Ratio beneficio- costo	$R C/B > 1$	0,94	No viable

## **CAPÍTULO VI**

### **DOCUMENTACIÓN REQUERIDA**

#### **6.1. Introducción**

La Ley es establecida con el fin de regular cierta actividad, siendo un organismo superior que tiene potestad legal.

Para la constitución legal de una empresa de transporte turístico se requiere de la Ley de Compañías que es la encargada de supervisar y controlar a las entidades que son creadas bajo este régimen. Las instituciones involucradas en el proceso de creación son las siguientes:

- Superintendencia de Compañías
- Registro Mercantil
- Servicio de Rentas Internas (S.R.I.)
- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Latacunga
- Ministerio de Turismo
- Agencia Nacional de Tránsito (ANT)
- Ministerio de Trabajo
- Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)

#### **6.2. Documentación para la Superintendencia de Compañías**

Para la constitución legal de una empresa de transporte turístico, se requiere documentación teniendo en cuenta la Ley de Compañías, Codificación 0, Registro Oficial 312 de 05 de noviembre de 1999, última modificación: 20 de mayo del 2014.

Tomando como base el articulado de la Ley de Compañías, (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014), en la Sección I Disposiciones Generales, en la cual se dice lo siguiente:

**Art. 1.-** Contrato de compañía es aquél por el cual dos o más personas unen sus capitales o industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades.

Este contrato se rige por las disposiciones de esta Ley, por las del Código de Comercio, por los convenios de las partes y por las disposiciones del Código Civil. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 1)

El contrato de compañía implica la unión de capitales entre más de dos personas o igual, para obtener beneficios mutuos (utilidades), al iniciar con un negocio.

**Art. 3.-** Se prohíbe la formación y funcionamiento de compañías contrarias al orden público, a las leyes mercantiles y a las buenas costumbres; de las que no tengan un objetivo real y de lícita negociación y de las que tienden al monopolio de las subsistencias o de algún ramo de cualquier industria, mediante prácticas comerciales orientas a esa finalidad.

El objeto social de la compañía deberá comprender una sola actividad empresarial. La operación empresarial única a que se refiere el inciso anterior podrá comprender el desarrollo de varias etapas o de varias fases de una misma actividad, vinculadas entre sí o complementarias a ella, siempre que el giro de la compañía quede encuadrado dentro de una sola clasificación económica, como, por ejemplo, la farmacéutica, la naviera, la de medios de comunicación, la agrícola, la minera, la inmobiliaria, la de transporte aéreo, la constructora, la de agencias y representaciones mercantiles, la textil, la pesquera, la de comercialización de artículos o mercancías de determinada rama de la producción, la de comercialización o distribución de productos de consumo masivo, la de tenencia de acciones, la de prestación de una clase determinada de servicios, entre otras.

Para el mejor cumplimiento de lo anteriormente dispuesto, la Superintendencia de Compañías y Valores elaborará anualmente la clasificación actualizada de las actividades antedichas, pudiendo tomar como referencia a la respectiva Clasificación Industrial Internacional Uniforme de todas las Actividades (CIIU), u otra semejante. Tal clasificación actualizada se publicara en el Registro Oficial durante el primer semestre de cada año.

El objeto de la compañía deberá ser concretado en forma clara en su contrato social. Será ineficaz la estipulación en cuya virtud el objeto social se extienda a una actividad enunciada en forma indeterminada.

En general, para la realización de su objeto social único, la compañía podrá ejecutar y celebrar todos los actos y contratos que razonablemente

le fueren necesarios o apropiados. En particular, para tal realización, la compañía podrá ejecutar y celebrar toda clase de actos y contratos relacionados directamente con su objeto social, así como todos los que tengan como finalidad ejercer los derechos o cumplir con las obligaciones derivadas de su existencia y de su actividad.

La compañía no podrá ejecutar ni celebrar otros actos o contratos distintos de los señalados en el inciso anterior, salvo los que ocasional o aisladamente pudieran realizarse con fines de inversión, de investigación o de experimentación, o como contribuciones razonables de orden cívico o de carácter social.

Los actos o contratos ejecutados o celebrados con violación a este artículo no obligarán a la compañía, pero los administradores que los hubieran ejecutado o celebrado, o los socios o accionistas que los hubieran autorizado, serán personal o solidariamente responsables frente a los terceros de buena fe, por los daños y perjuicios.

Nota: Artículo reformado por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 30 de Mayo del 2014. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, págs. 2, 3)

Al momento de crear una empresa requiere ser constituida para fines de orden lícito, la cual debe establecer una sola actividad a la que se va a dedicar como objeto social, mismo que debe estar expresado en el contrato social. La empresa puede celebrar o ejecutar contratos en función de su actividad, en caso de celebrar contratos o actos distintos a su actividad deben responder el personal que haya ejecutado o autorizado de manera personal ante los daños y perjuicios causados.

**Art. 4.-** El domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma.

Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, págs. 3, 4)

En caso de actos o contratos que conlleven ante un juicio, el domicilio de la entidad será considerada la que se encuentre estipulada en el contrato social.

Las entidades que realizan actividades mercantiles, deben contar con su residencia dentro del país, como lo menciona en el siguiente artículo: “**Art. 5.-** Toda compañía que se constituya en el Ecuador tendrá su domicilio principal dentro del territorio nacional (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 4).

Las entidades deben tener un representante legal que esté al frente, cumpliendo con las actividades, de acuerdo al siguiente artículo: “ **Art 6.-** Toda compañía nacional o extranjera que negociare o contrajera obligaciones en el Ecuador deberá tener en la República un apoderado o representante que pueda contestar las demandas y cumplir las obligaciones respectivas” (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 4).

**Art 7.-** Si la compañía omitiere el deber puntualizado en el artículo anterior, las acciones correspondientes podrán proponerse contra las personas que ejecutaren los actos o tuvieren los bienes a los que la demanda se refiera, quienes serán personalmente responsables. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 5)

Todas las entidades creadas dentro del país deben contar con un representante que cumpla la función de estar al frente ante posibles demandas entre otras funciones. En caso de no cumplir la demanda afectará a la persona ejecutoria del acto quien será la responsable.

**Art. 8.-** Las personas mencionadas en al artículo precedente podrán, una vez propuesta la demanda, pedir la suspensión del juicio hasta comprobar la existencia del apoderado o representante de que trata el Art. 6 de la Ley. Si no produjeren esa prueba en el perentorio término de tres días, continuará con ellas el juicio. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 5)

Al existir una demanda ante la persona ejecutoria, puede pedir la detención del juicio hasta evidenciar la presencia del representante legal de la empresa, si no se presentara prueba alguna durante tres días continuara el proceso.

**Art. 10.-** Las aportaciones de bienes se entenderán translativas de dominio. El riesgo de la cosa será de cargo de la compañía desde la fecha en que se le haga la entrega respectiva.

Si para la transferencia de los bienes fuere necesaria la inscripción en el Registro de la Propiedad, ésta se hará previamente a la inscripción de la escritura de constitución o de aumento de capital en el Registro Mercantil.

En caso de que llegare a realizarse la inscripción en el Registro Mercantil, en el plazo de noventa días contados desde la fecha de inscripción en el Registro de la Propiedad, esta última quedará sin ningún efecto y así lo anotará el Registrador de la Propiedad previa orden del Superintendente de Compañías, o del Juez, según el caso.

En todo caso de aportación de bienes, el Superintendente de Compañías y Valores podrá verificar los avalúos mediante peritos designados por él o por medio de funcionarios de la institución, una vez registrada la constitución de la compañía en el Registro Mercantil.

Nota: Incluida Fe de Erratas, publicada en Registro Oficial No. 326, de 25 de Noviembre de 1999. Nota: Último inciso sustituido por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, págs. 6, 7)

Los aportes de bienes serán de propiedad de la empresa a partir de la fecha en que se realice la entrega, siempre y cuando sea inscrita en el Registro de la Propiedad con antelación a la inscripción de la escritura de constitución o de incremento de capital en el Registro Mercantil, mediante el Superintendente se realizará la constatación de los avalúos de los aportes de bienes, a través de expertos, posterior a la constitución de la empresa.

A pesar de que la empresa no este legalmente constituida no debe dejar de cumplir con las obligaciones que le competen con los clientes. Como lo menciona en la (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014) “**Art. 11.-** El que contratare por una compañía que no hubiere sido legalmente constituida, no puede sustraerse, por esta razón, al cumplimiento de sus obligaciones” (pág. 7).

**Art. 13.-** Designado el administrador que tenga la representación legal y representada la garantía, si se la exigiere, inscribirá su nombramiento, con la razón de su aceptación, en el Registro Mercantil, dentro de los treinta días posteriores a su designación, sin necesidad de la publicación

exigida para los poderes ni de la fijación del extracto. La fecha de la inscripción del nombramiento será la del comienzo de sus funciones.

Sin embargo, la falta de inscripción no podrá oponerse a terceros, por quien hubiere obrado en calidad de administrador.

En el contrato social se estipulará el plazo para la duración del cargo de administrador que, con excepción de lo que se refiere a las compañías en nombre colectivo y en comandita simple, no podrá exceder de cinco años, sin perjuicio de que el administrador pueda ser indefinidamente reelegido o removido por las causas legales.

En caso de que el administrador fuere reelegido, estará obligado a inscribir el nuevo nombramiento y la razón de su aceptación. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, págs. 7, 8)

Una vez elegido el administrador tendrá que inscribir el nombramiento con la razón de su aceptación en el Registro Mercantil, en los treinta días siguientes al designio, si es ratificado en su puesto debe volver a hacer la inscripción. En el contrato social debe constar el tiempo que permanecerá en el puesto el administrador o representante legal de la empresa, puede ser que se mantenga en el puesto de manera indeterminada o puede ser removido por algún fundamento.

(NACIONAL, H. CONGRESO, 2014), Refiere en el artículo 14, que en el caso de no cumplir con el artículo anterior, una vez terminado el plazo recibirá la sanción por el Superintendente de Compañías o un juez por medio de una multa. La multa se enuncia en el artículo 457 correspondiente a la misma ley:

**Art. 457.-** Las multas previstas en esta Ley podrán imponerse hasta por un monto de doce salarios mínimo vitales generales, de acuerdo con la gravedad de la infracción, a criterio del Superintendente o del funcionario delegado para el efecto.

Cuando las multas sean en beneficio del Ministerio de Salud el título respectivo será emitido por la propia Superintendencia de Compañías y remitido para su cobro al Ministerio de Finanzas con notificación del particular al Ministerio de Salud. **Art. ...-** Cuando se produzca la cancelación de la inscripción del acto societario realizado en contravención con la ley, los socios o accionistas, serán sancionados de

manera individual con multa equivalente a diez (10) salarios básicos unificados.

Nota: Artículo agregado por la Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 133)

En caso de no realizar la inscripción la sanción será hasta doce salarios mínimo vitales dependiendo de la gravedad de la contravención; una vez cancelada la sanción los accionistas tendrán la sanción con diez salarios básicos unificados de forma particular.

**Art. 15.-** Los socios podrán examinar los libros y documentos de la compañía relativos a la administración social; pero los accionistas de las compañías anónima, en comandita por acciones y de economía mixta, solo tendrán derechos a que se les confiera copia certificada de los balances generales, del estado de a cuenta de pérdidas y ganancias, de las memorias o informes de los administradores y comisarios, y de las actas de las juntas generales; así mismo, podrán solicitar la lista de accionistas e informes acerca de los asuntos tratados o por tratarse en dichas juntas. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 8)

Los miembros de la empresa tanto para los de compañías: anónima, en comandita por acciones y de economía mixta, tienen acceso a la información relacionada a la administración social, en la que se les confiere copia certificada de balance general, estado de pérdidas y ganancias, informes, memorias, actas de juntas generales, asuntos a tratar, listado de accionistas.

Debe ser única y exclusiva para cada entidad el nombre, como lo menciona el siguiente artículo: “**Art. 16.-** La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía” (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, págs. 8, 9).

**Art. 17.-** Por los fraudes, abusos o vías de hecho que se cometan a nombre de compañías y otras personas naturales o jurídicas, serán personal y solidariamente responsables;

1. Quienes los ordenaren o ejecutaren, sin perjuicio de la responsabilidad que a dichas personas puede afectar;
2. Los que obtuvieren provecho, hasta lo que valga éste; y;
3. Los tenedores de los bienes para el efecto de la restitución.

Salvo los casos excepcionales expresamente determinados en la ley, la inoponibilidad de la personalidad jurídica solamente podrá declararse judicialmente, de manera alternativa, o como una de las pretensiones de un determinado juicio por colusión o mediante la correspondiente acción de inoponibilidad de la personalidad jurídica de la compañía deducida ante un juez de lo civil y mercantil del domicilio de la compañía o del lugar en que se ejecutó o celebró el acto o contrato dañoso, a elección del actor. La acción de inoponibilidad de la personalidad jurídica seguirá el trámite especial previsto en el Código de Procedimiento Civil.

Nota: Artículo sustituido por la Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 9)

Las personas que ejecuten estafas, arbitrariedades representando a las entidades, tendrán la responsabilidad de hacer frente de manera propia y solidaria, son excluidas en caso de ser pertenecientes a la misma ley entre ellos la ineficacia de la personalidad jurídica.

**Art. 18.-** La Superintendencia de Compañías organizará, bajo su responsabilidad, un registro de sociedades, teniendo como base las copias que, según la reglamentación que expida para el efecto, estarán obligados a proporcionar los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil.

De igual forma deberán remitir, los funcionarios que tengan a su cargo el Registro Mercantil, la información electrónica relacionada con los procesos simplificados de constitución de compañías y otros actos y documentos que electrónicamente se hubieren generado de conformidad con la presente Ley y la reglamentación que la Superintendencia emitirá para el efecto.

Las copias que los funcionarios antedichos deben remitir a la Superintendencia para los efectos de conformación del registro no causarán derecho o gravamen alguno.

En el Reglamento que expida la Superintendencia de Compañías se señalarán las sanciones de multa que podrá imponer a los funcionarios a los que se refieren los incisos anteriores, en caso de incumplimiento de las obligaciones que en dicho reglamento se prescriban.

La Superintendencia de Compañías vigilará la prontitud del despacho y la correcta percepción de derechos por tales funcionarios, en la inscripción de todos los actos relativos a las compañías sujetas a su control.

La multa no podrá exceder del monto fijado en el Art. 457 de esta Ley.

De producirse reincidencia el Superintendente podrá solicitar al Consejo de la Judicatura la destitución del funcionario.

Nota: Artículo reformado por la Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 544 de 9 de Marzo del 2009.

Nota: Inciso segundo agregado por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, págs. 9, 10)

El Registro Mercantil suministra a la Superintendencia de Compañías de información para generar un registro de sociedades, además debe enviar información electrónica en cuanto al proceso de constitución de empresas y demás pertinente a la presente ley de compañías y su reglamento. En caso de no cumplir el delegado con él envió de la información será sancionado con una multa no mayor a doce salarios mínimo vitales generales; si existe repetición en el incumplimiento será destituido el delegado.

**Art. 20.-** Las compañías constituidas en el Ecuador, sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, enviarán a ésta, en el primer cuatrimestre de cada año:

- a) Copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias, así como de las memorias e informes de los administradores y de los organismos de fiscalización establecidos por la Ley;
- b) La nómina de los administradores, representantes legales y socios o accionistas; y,
- c) Los demás datos que se contemplaren en el reglamento expedido por la Superintendencia de Compañías.

El balance general anual y el estado de la cuenta de pérdidas y ganancias estarán aprobados por la junta de socios o accionistas, según el caso; dichos documentos, lo mismo que aquellos a los que aluden los literales b) y c) del inciso anterior, estarán firmados por las personas que determine el reglamento y se presentarán en la forma que señale la Superintendencia. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, págs. 10, 11)

Las compañías supervisados por la Superintendencia de Compañías deben emitir cada año los primeros cuatro meses copias autorizadas del balance general anual, del estado de la cuenta de pérdidas y ganancias que se encuentren aprobados por los accionistas, memorias e informes por parte de los administradores y de los organismos de fiscalización, además la nómina de los colaboradores rubricados.

De acuerdo a la Ley de Compañías en la Sección VI, de la Compañía Anónima, se menciona el siguiente artículo referente a la escritura:

**Art. 150.-** La escritura de fundación contendrá la declaración juramentada de los comparecientes sobre lo siguiente:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de accionistas en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y pagará en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado y la declaración juramentada, que deberán hacer los accionistas fundadores, sobre la correcta integración y pago del capital social, conforme lo indica el segundo inciso del artículo 147 de la Ley de Compañías.
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,

13. La forma de proceder a la designación de liquidadores. (...). (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, págs. 48, 49)

A continuación se menciona el procedimiento a seguir al momento de obtener la escritura en el Registro Mercantil:

**Art. 151.-** Otorgada la escritura de constitución de la Compañía, ésta se presentará en tres copias notariales, al Registrador Mercantil del cantón, junto con la correspondiente designación de los administradores que tengan la representación legal de la compañía, y los nombramientos respectivos para su inscripción y registro.

El Registrador Mercantil se encargará de certificar la inscripción de la compañía y de los nombramientos de los administradores, según remitirá diariamente la información registrada al Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías y Valores, la que consolidará y sistematizará diariamente esta información.

La constitución y registro también podrán realizarse mediante el proceso simplificado de constitución por vía electrónica de acuerdo a la regulación que dictará para el efecto la Superintendencia de Compañías y Valores.

Nota: Artículo sustituido por la Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 50)

Los socios deben pagar en una institución bancaria lo correspondiente a su aporte de capital para la entidad, como lo menciona el siguiente artículo:

**Art. 163.-** Los suscriptores harán sus aportes en dinero, mediante depósito en una cuenta bancaria a nombre de la compañía, lo cual deberá expresarse mediante declaración juramentada en la escritura correspondiente. Si la total integración se hiciera una vez constituida definitivamente la compañía, la entrega la harán los socios suscriptores directamente a la misma.

Nota: Artículo sustituido por Ley No. 0, publicada en Registro Oficial Suplemento 249 de 20 de Mayo del 2014. (NACIONAL, H. CONGRESO, 2014, pág. 54)

De acuerdo al Reglamento Orgánico Funcional de la Superintendencia de Compañías (Superintendencia de Compañías, 2010), se enuncia el siguiente artículo:

**ARTÍCULO 132.-** Son funciones inherentes a Registro de Sociedades las siguientes:

a) De conformidad con los procedimientos y más normas dictadas para el efecto, elaborar y llevar registros de las compañías y demás entes sujetos al control de la Intendencia o Delegación y mantenerlos debidamente actualizados, a través de un cruce diario de información con la Oficina Matriz e Intendencias, sobre los siguientes datos:

- Constitución y reforma de estatutos;
- Nombramiento de administradores y representantes legales de las compañías;
- Nómina de accionistas o socios;
- Asociaciones de sucursales de compañías extranjeras u otras empresas organizadas como personas jurídicas;
- Transferencia de acciones o participaciones; (...).
- Recepción de informes financieros;
- Intervención, disolución, liquidación y cancelación de compañías, entre otros. (...). (Superintendencia de Compañías, 2010, pág. 97)

Dentro de las actividades que realizan los funcionarios del registro de sociedades el mantener la información actualizada de los documentos, el elaborar, lo que hace posible que la información sea emitida a los organismos respectivos, como lo son la Intendencia y la oficina matriz de la Superintendencia de Compañías.

### **6.3. Documentación Municipal**

De acuerdo al Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD) (Gobierno de la República del Ecuador, 2010), se enuncia en la sección novena, de los Impuestos de patentes municipales y metropolitanos los siguientes artículos, en donde hace referencia a la patente municipal:

**Art. 546.-** Impuesto de Patentes.- Se establece el impuesto de patentes municipales y metropolitanos que se aplicará de conformidad con lo que se determina en los Artículos siguientes.

**Art. 547.-** Sujeto Pasivo.- Están obligados a obtener la patente y, por ende, el pago anual del impuesto de que trata el artículo anterior, las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeros, domiciliados o con establecimiento en la respectiva jurisdicción municipal

o metropolitana, que ejerzan permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales. (Gobierno de la República del Ecuador, 2010, pág. 153)

Es de carácter obligatorio para las personas que ejercen actividades económicas nacionales o extranjeros dentro del cantón Latacunga, el contar con el documento de patente municipal.

**Art. 548.-** Base Imponible.- Para ejercer una actividad comercial, industrial o financiera, se deberá obtener una patente anual, previa inscripción en el registro que mantendrá, para estos efectos, cada municipalidad. Dicha patente se la deberá obtener dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en el que se inician esas actividades, o dentro de los treinta días siguientes al día final del mes en que termina el año.

El consejo, mediante ordenanza establecerá la tarifa del impuesto anual en función del patrimonio de los sujetos pasivos de este impuesto dentro del cantón. La tarifa mínima será de diez dólares y la máxima de veinticinco mil dólares de los Estados Unidos de América. (Gobierno de la República del Ecuador, 2010, págs. 153, 154)

Todas las entidades que ejercen actividades económicas dentro del cantón, deben sacar la patente municipal, puesto que es el documento habilitante que permite ejercer dichas actividades, el cuál debe ser obtenido dentro del primer mes en el que se inicie las actividades. El impuesto a pagar se encuentra en un rango de diez a veinticinco mil dólares.

La patente municipal debe ser pagado antes de ser concedido el Registro Único de Contribuyentes, como lo menciona el siguiente artículo: “**Art. 551.-** Impuesto de patentes como requisito.- El Servicio de Rentas Internas, previo a otorgar el Registro Único de Contribuyentes (RUC), exigirá el pago del impuesto de patentes municipales” (Gobierno de la República del Ecuador, 2010, pág. 154).

Los requisitos que se requiere para obtener la patente municipal, de acuerdo al Gobierno Autónomo Descentralizado de Latacunga, que a continuación se enuncia para las personas jurídicas son:

- Copia de R.U.C.
- Copia declaración del S.R.I
- Copia de balances.
- Formulario de declaración de patentes. (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Latacunga, 2016)

#### 6.4. Documentación para el Servicio de Rentas Internas (S.R.I)

Según (CODIFICACIÓN, Ley del Registro Único de Contribuyentes, 2004), enuncia en el capítulo I, de las disposiciones generales lo siguiente

El registro Único de Contribuyentes es uno de los requisitos que toda entidad debe disponer al momento de su creación, de acuerdo al (CODIFICACIÓN, Ley del Registro Único de Contribuyentes, 2004), lo conceptualiza de la siguiente manera: “**Art. 1.- Concepto de Registro Único de Contribuyentes.-** Es un instrumento que tiene por función registrar e identificar a los contribuyentes con fines impositivos y como objeto proporcionar información a la Administración Tributaria” (pág. 2). Dicho documento se lo otorga de manera particular.

Es un instrumento que permite que la entidad inicie sus actividades mercantiles.

**Art. 3.- De la Inscripción Obligatoria.-** Todas las personas naturales y jurídicas, entes sin personalidad jurídica, nacionales y extranjeras, que inicien o realicen actividades económicas en el país en forma permanente u ocasionales o que sean titulares de bienes o derechos que generen u obtengan ganancias, beneficios, remuneraciones, honorarios y otras rentas sujetas a tributación en el Ecuador, están obligados a inscribirse, por una sola vez en el Registro Único de Contribuyentes. (CODIFICACIÓN, Ley del Registro Único de Contribuyentes, 2004, pág. 1)

Están obligadas de manera ineludible todas las personas tanto naturales como jurídicas nacionales y extranjeras que ejecuten actividades

mercantiles en el Ecuador de manera continua o no, dicho documento debe ser obtenido una sola vez.

**Art. 4.- De la inscripción.-** La inscripción a que se refiere el artículo anterior será solicitada por las personas naturales, por los mandatarios, representantes legales o apoderados de entidades, organismos y empresas, sujetas a esta Ley, en las oficinas o dependencias que señale la administración preferentemente del domicilio fiscal del obligado.

Las personas naturales o jurídicas que adquieran la calidad de contribuyentes o las empresas nuevas, deberán obtener su inscripción dentro de los treinta días siguientes al de su constitución o iniciación real de sus actividades, según el caso, y de acuerdo a las normas que se establecen en el Reglamento. (CODIFICACIÓN, Ley del Registro Único de Contribuyentes, 2004, pág. 2)

Una vez constituido la empresa e iniciado las actividades mercantiles, la entidad debe obtener el Registro Único de Contribuyentes dentro de los treinta días posteriores.

Tomando como referencia (CODIFICACIÓN, Reglamento a la Ley de Registro Único de Contribuyentes, 2006), se menciona los requisitos a presentar para obtener el RUC para sociedades:

**Art. 8.- De los requisitos para la Inscripción.-** Los obligados a inscribirse de acuerdo al artículo 3 de la Ley del Registro Único de Contribuyentes y al artículo 2 de este Reglamento, presentarán al momento de su inscripción, los siguientes documentos:

a) Sociedades Privadas (inclusive las Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada):

1. Formulario RUC 01-A, que corresponde a la inscripción y actualización de la información del Registro Único de Contribuyentes; y RUC 01-B, que corresponde a la inscripción y actualización de los establecimientos de las sociedades; ambos formularios serán suscritos por el representante legal.
2. Presentar original o copia certificada del documento de constitución debidamente legalizado por el organismo de control respectivo y entregar copia simple del mismo.

3. Presentar original o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil o balizado por el organismo de control respectivo.

4. Copia de la cédula de identidad o ciudadanía o pasaporte con Visa de Inmigrante (Visa 10), del representante legal y, de ser el caso, el original del certificado de votación del último proceso electoral.

Copia de uno de los documento que se mencionan en el literal a) numeral 4 de este artículo.

5. Nombres y apellidos completos y número del RUC del contador. (CODIFICACIÓN, Reglamento a la Ley de Registro Único de Contribuyentes, 2006, pág. 7)

A continuación se menciona el literal a) numeral 4 del artículo 8, que se solicita en el número 4:

4. Todas las personas naturales que soliciten su inscripción en el RUC, presentarán también copia de uno de los siguientes documentos, que acrediten la dirección de la matriz y de cada uno de los establecimientos donde desarrolla la actividad económica:

4.1 Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, a nombre del sujeto pasivo, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.

4.2 Estados de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito de al menos uno de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del sujeto pasivo.

4.3 Comprobante del pago del impuesto predial, a nombre del sujeto pasivo, donde ejercerá su actividad económica, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediato anterior.

4.3 Copia del contrato de arrendamiento, en el que deberá obligatoriamente constar el RUC del arrendador, inscrito ante la respectiva oficina de Inquilinato o notariado, según corresponda. (CODIFICACIÓN, Reglamento a la Ley de Registro Único de Contribuyentes, 2006, pág. 5)

Los requisitos deben ser presentados ante las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI), cada uno de los documentos antes expuestos deben ser realizados por el representante legal de la empresa.

## 6.5. Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Para obtener el permiso de Funcionamiento de los Bomberos se requiere de los siguientes requisitos:

- a) Inspección realizada por el Cuerpo de Bomberos de Latacunga
- b) Copia de la cédula de ciudadanía
- c) Certificado de votación
- d) Copia del pago de Predios Urbanos, actualizado
- e) Copia del RUC
- f) Adjuntar copia del nombramiento del representante legal, en caso de ser persona jurídica.

## 6.6. Documentos para el Ministerio de Turismo

Tomando como base la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2008), se enuncian el siguiente artículo:

Para ejercer la actividad turística se requiere obtener los requisitos que se menciona en el artículo siguiente: “**Art. 8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes” (Ministerio de Turismo, 2008, pág. 2).

De acuerdo al Reglamento General a la Ley de Turismo (Ministerio de Turismo, 2008), se da a conocer sobre el Registro Único de Turismo y de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), en el capítulo II, del registro único de turismo:

**Art. 47.-** Obligación del Registro único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de la

actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.

El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; u, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro. (Ministerio de Turismo, 2008, pág. 13)

Las empresas involucradas en la actividad turística deben realizar el registro en el Ministerio de Turismo, el cual permite que la entidad obtenga los beneficios que por ley le corresponden al pertenecer a la industria turística; en el caso de existir algún cambio en la información emitida para el registro, se debe notificar dentro de los treinta días posteriores, de no hacerlo tendrá una multa correspondiente a cien dólares.

En el capítulo IV, de la licencia única anual de funcionamiento se menciona lo siguiente:

**Art. 55.-** Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente. (Ministerio de Turismo, 2008, pág. 14)

Para ejecutar la actividad turística en primera instancia se requiere contar con la Licencia Única Anual de Funcionamiento; dicho documento habilita de

manera legal el funcionamiento de la entidad en la prestación de servicios turísticos.

**Art. 58.-** Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requisitos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias. (Ministerio de Turismo, 2008, pág. 14)

Entre los requisitos que son requeridos para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento, se encuentra el estar afiliado a la Cámara Provincial de Turismo, este de carácter obligatorio.

### **6.7. Documentos para la Agencia Nacional de Tránsito (ANT)**

De acuerdo al Reglamento de Transporte Terrestre Turístico de la Agencia Nacional de Tránsito (Agencia Nacional de Tránsito, 2014), enuncia los siguientes artículos:

**Art. 3.- DEFINICIONES.-** Para efectos de aplicación del presente Reglamento, se tendrá en cuenta las siguientes definiciones:

a. **COMPAÑÍA DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO.-** Compañía cuyo objeto único es la prestación de servicios de transporte terrestres turístico y que ha obtenido legalmente el Permiso de Operación por parte de la Agencia Nacional de Tránsito, una vez que ha cumplido con los requisitos exigidos por la normativa vigente.

b. **PERMISO DE OPERACIÓN.-** Título habilitante mediante el cual la Agencia Nacional de Tránsito, enmarcada en la Ley, el Reglamento y las resoluciones emitidas para el efecto, autoriza a una compañía, legal, técnica y financieramente solvente, para prestar servicios de transporte comercial terrestre turístico. (...). (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 3)

Al ser una compañía de transporte terrestre turístico implica el obtener el permiso de operación, que hace posible que desarrolle la actividad turística en la prestación del servicio de transportación.

En el título III, de la prestación del servicio, capítulo I de los títulos habilitantes de transporte se menciona lo siguiente:

**Artículo 22.- CONSTITUCIÓN JURÍDICA.-** Para la constitución jurídica de una compañía de transporte terrestre turístico, los interesados deberán obtener el informe previo de factibilidad favorable ante la ANT, bajo el cumplimiento de las condiciones y la presentación de los requisitos establecidos por la entidad. Toda la documentación que se entregue para este efecto deberá estar actualizado a la fecha de presentación de la solicitud.

De conformidad con lo que establece la normativa vigente en materia de tránsito, las entidades competentes para a constitución de sociedades mercantiles, no podrán otorgar la personería jurídica a las compañías de transporte terrestre turístico sin el informe previo de factibilidad emitido por la Agencia Nacional de Tránsito.

Procedimiento para el otorgamiento del informe previo de constitución jurídica de una compañía de transporte terrestre se efectuará de conformidad a los procedimientos establecidos en la normativa vigente y previa la presentación de los documentos y requisitos previstos para este tipo de trámite.

La Resolución que contenga el informe previo de factibilidad para la constitución jurídica de una compañía será notificada a los interesados para que continúen con el proceso de constitución ante los organismos competentes, informe que tendrá un plazo de vigencia establecido en la misma Resolución. Concluido el trámite de constitución jurídica, los interesados deberán solicitar ante la Agencia Nacional de Tránsito el permiso de operación respectivo que habilite a su compañía a prestar el servicio de transporte terrestre turístico. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, págs. 8, 9)

Para la constitución legal de una empresa de transporte turístico se requiere obtener un informe de previo de factibilidad favorable, debido a que es el documento que permite que la entidad continúe con los trámites respectivos para la constitución legal; en caso de no disponer de dicho documento no se podrá continuar con el proceso y es carácter obligatorio para el organismo competente requerir dicho documento para el proceso.

**Artículo 23.- PERMISO DE OPERACIÓN DE TRANSPORTE TERRESTRE.-** El Permiso de Operación es el título habilitante mediante el cual la Agencia Nacional de Tránsito faculta a la persona jurídica debidamente constituida a prestar el servicio de transporte terrestre turístico, bajo el cumplimiento de las condiciones y la presentación de los requisitos establecidos por la ANT. Toda la documentación que se entregue para este efecto deberá estar actualizada a la fecha de presentación de la solicitud.

El procedimiento para la emisión del permiso de operación respectivo a favor de la compañía se efectuará de conformidad a los procedimientos establecidos en la norma vigente y previa la presentación de los documentos y requisitos previstos para este tipo de trámite.

Para la concesión del Permiso de Operación a favor de este tipo de compañías, la ANT exigirá entre sus requisitos el Registro de Turismo emitido por la Autoridad Nacional de Turismo a la persona jurídica solicitante, de conformidad a lo establecido en el presente Reglamento.

El permiso de operación para transporte turístico será otorgado exclusivamente por la Agencia Nacional de Tránsito y no podrá ser modificado en su contenido, ni en todo ni en parte por la compañía u otro organismo e institución. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014, pág. 9)

El permiso de operación es un documento que hace posible el funcionamiento de las empresas de transporte terrestre turístico, el cual es emitido de acuerdo a los requisitos y condiciones que solicita la Agencia Nacional de Tránsito.

En el capítulo II, de los registros y licencias de turismo se menciona lo siguiente:

**Artículo 27.- REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DEL REGISTRO DE TURISMO.-** Una vez que la compañía de transporte terrestre haya adquirido su personería jurídica y de forma previa a la solicitud de permiso de operación ante la Agencia Nacional de Tránsito deberá obtener el Registro de Turismo ante la Autoridad Nacional de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados a los cuales se les hubiera transferido la competencia, previo el cumplimiento de los siguientes requisitos:

1. Copia simple de la escritura de Constitución de la Compañía, debidamente inscrita en el Registro Mercantil y sus reformas, en el caso de haberlas.

2. Copia simple del nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
3. Formato de los contratos por los cuales se prestara el servicio de transporte terrestre turístico, el mismo que contendrá, entre generalidades de ley, el origen y destino del viaje, así como la cláusula inherente al pago y tarifa que será cobrada y la garantía de la calidad del servicio a prestarse.
4. Inventario valorado de los activos de la empresa firmado bajo responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados.
5. Declaración de activos para la cancelación del 1 por mil, debidamente suscrito por el Representante Legal o apoderado de la empresa. (Formulario de la Autoridad Nacional de Turismo).
6. Listado de todas las unidades de transporte con las que cuenta la compañía, con una declaración por parte del representante legal donde se certifique que todas las unidades vehiculares cuentan con los elementos de seguridad, servicio y calidad establecidos en este Reglamento. (Agencia Nacional de Tránsito, 2014)

Para la obtención del permiso de operación, se requiere con anterioridad obtener el registro de turismo debidamente con los requisitos que se requiere para el efecto, posterior a este es otorgado dicho permiso.

## **6.8. Proceso en el Ministerio de Relaciones Laborales**

De acuerdo al Código de Trabajo, Codificación 17, registro oficial suplemento 167, última modificación 26 de septiembre del 2012. (H. CONGRESO NACIONAL, 2005), menciona en el capítulo IV, de las obligaciones del empleador y del trabajador, el siguiente artículo en donde se menciona las obligaciones del empleador:

**Art. 42.- Obligaciones del empleador.-** Son obligaciones del empleador:

7. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida; el mismo que se lo actualizará con los cambios que se produzcan; (...). (H. CONGRESO NACIONAL, 2005, págs. 17, 18)

Es necesario que los contratantes registren a sus colaboradores en el sistema del ministerio, esto hace posible que se lleve un control de los miembros de la entidad cumpliendo con lo que menciona la ley.

Tomando como referencia el Sistema de Administración Integral de Trabajo y Empleo "SAITE" (Ministerio de Trabajo, 2015), se menciona el siguiente artículo:

**Art. 4.- De la herramienta informática.-** El Ministerio de Trabajo pone a disposición de los empleadores el SISTEMA DE ADMINISTRACIÓN INTEGRAL DE TRABAJO Y EMPLEO "SAITE" que se encuentra en la página web [www.trabajo.gob.ec](http://www.trabajo.gob.ec), a través del cual podrán dar cumplimiento a la obligación establecida en el numeral 7 del artículo 42 del Código de Trabajo y cargar los datos de todas sus personas trabajadoras activas, casos en los cuales, no se solicitará el mencionado registro en los procesos de inspección y será un parámetro que reduzca su nivel de riesgo, dentro de la matriz de inspecciones que maneja el Ministerio de Trabajo. (Ministerio de Trabajo, 2015, pág. 3)

Mediante el sistema hace posible el cumplimiento del Código de Trabajo, además permite la gestión de los datos requeridos para el registro de los contratos del personal de las entidades; así también por el mismo medio se realiza la finalización de los contratos del personal.

#### **6.9. Requerimiento en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS)**

De acuerdo a la Codificación del Reglamento de Afiliación, Recaudación y Control Contributivo (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2010), se enuncian los siguientes artículos:

**Artículo 5.- Del proceso de Control de Afiliación y Recaudación.-** El proceso de Control de Afiliación y Recaudación se aplicará a nivel nacional e incluirá el registro patronal, afiliación de los trabajadores, establecimiento de obligaciones, recaudación de la mora patronal y cobertura del seguro social a nuevos afiliados al Seguro General Obligatorio en todo el territorio nacional, así como la capacitación de

patronos y afiliados en temas de obligaciones patronales y prestaciones. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2010, pág. 4)

Para dicho proceso se requiere del registro del empleador, de la inscripción de los miembros de las entidades en todo el país; los cuales serán controlados por la institución para el cumplimiento de las obligaciones por parte del empleador como del colaborador.

En el capítulo II, del control del registro patronal, se menciona lo siguiente:

**Artículo 10.- Del registro patronal en Historia Laboral.-** Para la inscripción patronal en el Sistema Historial Laboral el empleador a través de la página Web o directamente en la unidad correspondiente solicitará su registro patronal, consignando los siguientes datos:

- a) Número de cédula de ciudadanía o identidad;
- b) Número del RUC actualizado, excepto para el patrono de afiliados bajo el régimen de servicio doméstico; (...). (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2010, págs. 4, 5)

Para ingresar al sistema se requiere en primera instancia del registro patronal.

De acuerdo al capítulo III, del control de afiliación al seguro general obligatorio, se menciona lo siguiente:

**Artículo 13.- De la inscripción del trabajador con relación de dependencia.-** Desde el primer día y dentro de los quince (15) días de labores de un trabajador, el empleador está en la obligación de registrarlo a través de la página Web del IESS, o directamente en la unidad correspondiente, consignando su razón social o nombres en el caso de persona natural, RUC o su cédula de identidad o ciudadanía, actividad económica, dirección y más información particular.

En el registro se hará constar los nombres completos del trabajador, fecha de ingreso, remuneración, cargo o función que desempeña, número de cédula de identidad o ciudadanía, o documento de identificación para los extranjeros, modalidad de contratación y dirección domiciliaria.

El empleador informará al IESS la modificación de sueldos o salarios, contingencias de enfermedad, separación del trabajador u otra novedad

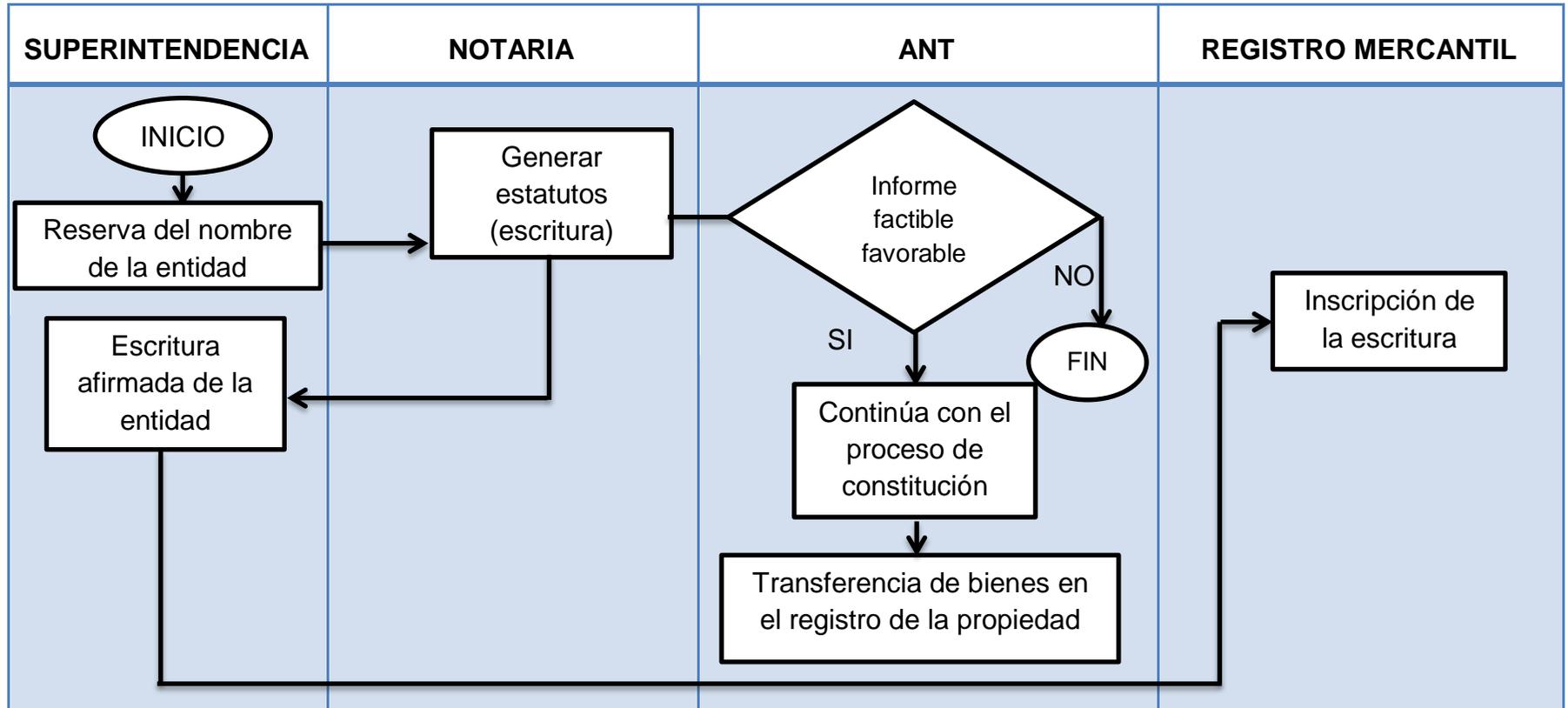
para ser ingresada en el Sistema Historia Laboral del asegurado, dentro del término de tres (3) días posteriores a la ocurrencia del hecho.

El IESS entregará al afiliado una tarjeta personalizada que acreditará su incorporación al Seguro General Obligatorio, dentro de los treinta (30) días posteriores a su aseguramiento.

El acceso a las prestaciones se verificará a través de la cédula de identidad o ciudadanía o a través de la historia laboral con el uso de la clave personal otorgada al asegurado. (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, 2010, págs. 5, 6)

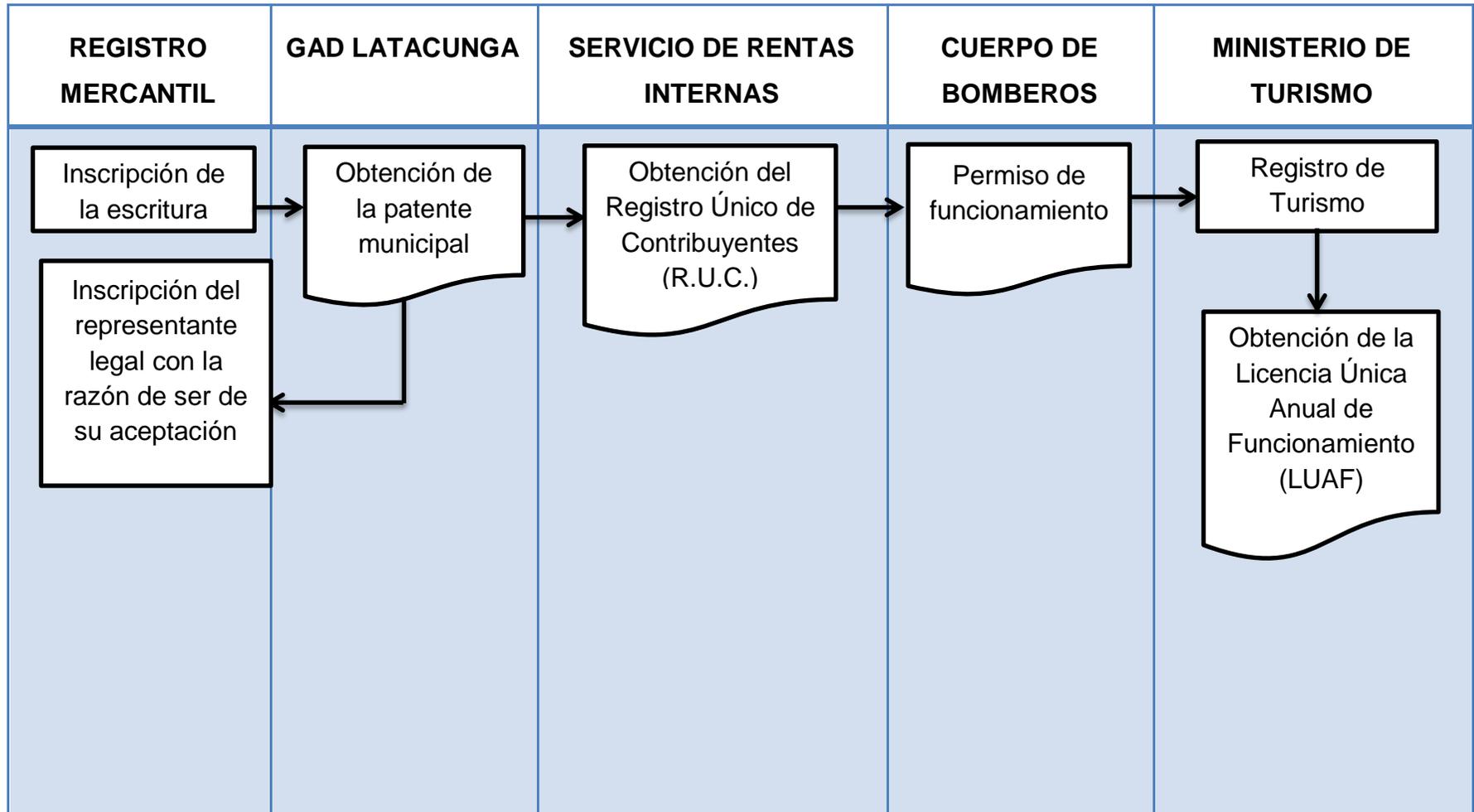
Para la inscripción del colaborador se debe hacerlo desde el inicio del primer día hasta los quince días, solicitando los documentos necesarios para el efecto; se solicitará la fecha de inicio de labores, su sueldo, el puesto que ocupará, el domicilio, la cedula de ciudadanía; en caso de existir algún cambio o alguna situación diferente a lo ingresado al sistema del IESS, se debe comunicar en el tiempo de tres días.

### 6.10. Flujograma del proceso de Constitución de una empresa de Transporte Turístico



CONTINÚA





CONTINÚA 

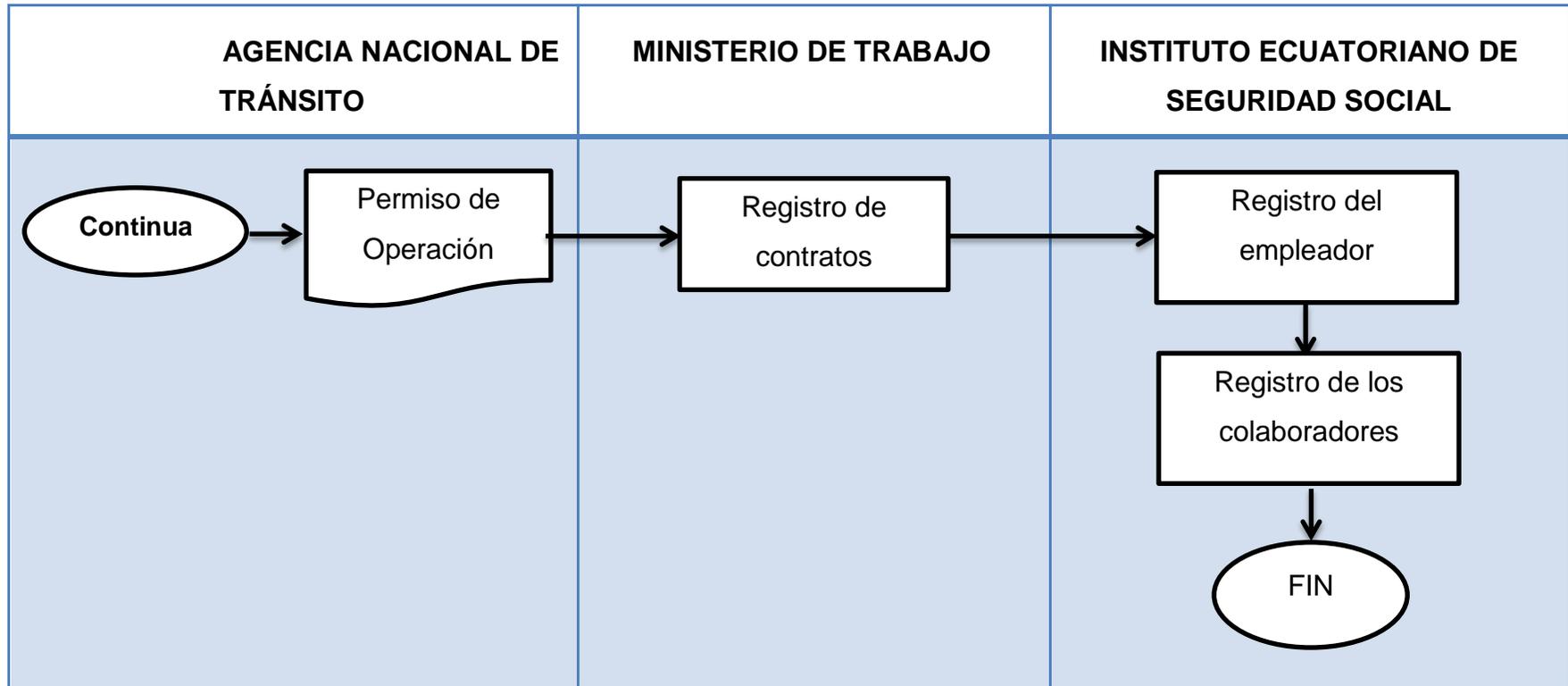


Figura 40 Proceso para la Constitución de una Empresa de Transporte Turístico

### 6.11. Tiempo estimado en la Constitución de la Empresa de Transporte Turístico

Una vez cumplido con los requisitos que requieren cada una de las instituciones antes mencionadas para la creación de una entidad de transporte turístico; la empresa puede iniciar sus actividades con el único objeto de transportar tanto a turistas, como a excursionistas a nivel del país.

**Tabla 72**

#### Tiempo estimado en la Constitución de la Empresa de Transporte Turístico

<b>INSTITUCIÓN O PERSONA A CARGO</b>	<b>ACCIÓN</b>	<b>TIEMPO ESTIMADO</b>
Superintendencia de Compañías	Reserva del nombre de la entidad	30 minutos
Abogado	Creación de estatutos	3 horas aprox.
Superintendencia de Compañías	Aprobación de estatutos	4 días aprox.
Registro de la Propiedad	Revisión de escritura	5 días
Registro Mercantil	Inscripción de la escritura	4 días
Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Latacunga	Obtención de la patente municipal	1 día
Servicio de Rentas Internas	Obtención del Registro Único de Contribuyentes (R.U.C.)	1 día
Cuerpo de Bomberos de Latacunga	Obtención del permiso de funcionamiento	2 días
Ministerio de Turismo	Registro de Turismo	15 días
Ministerio de Turismo	Obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento	1 a 2 meses

**CONTINÚA**



Agencia Nacional de Turismo	Permiso de Operación	1 mes
Ministerio de Trabajo	Registro de contratos en el Sistema de Administración Integral de Trabajo y Empleo "SAITE"	1 día
Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social	Registro en el Sistema Historial Laboral	1 día
<b>Total</b>		<b>4 meses, 5 días</b>

De acuerdo a este estudio todo el proceso se desarrollaría en cuatro meses y cinco días aproximadamente de acuerdo a la legislación previamente descrita. El costo aproximado es de 2000 dólares, que incluyen los servicios profesionales de un abogado y los trámites legales pertinentes.

## CONCLUSIONES

- En el estudio de mercado realizado, con el fin de determinar el grado de aceptación de la empresa de transporte turístico en la ciudad de Latacunga, se concluye que, de acuerdo a la perspectiva del mercado y de acuerdo a la oferta vigente la empresa es aceptada por un 80,7% de la población encuestada.
- Mediante el estudio técnico, legal y administrativo, se determinó la ubicación de la empresa teniendo en cuenta diferentes factores favorables tanto para la entidad como para los clientes, obteniendo de esta manera la ubicación en el sector del Aeropuerto Internacional Cotopaxi, parroquia San Buenaventura.
- De acuerdo a la parte legal, la empresa de transporte turístico será una sociedad anónima y de acuerdo a la parte administrativa se generó los organigramas estructural, posicional, funcional de la empresa y un manual de funciones para el personal requerido que permite demostrar la viabilidad del proyecto.
- Se han generado dentro de este proyecto múltiples escenarios simulados que inviten a determinar la mejor opción económica financiera para la factibilidad del proyecto sin embargo ningún escenario propuesto contempla una viabilidad positiva para el mismo.
- De acuerdo al estudio económico y la evaluación financiera el presente proyecto de factibilidad No es viable, tomando en cuenta las condiciones económicas y de mercado de la región de impacto para las fechas del proyecto Mayo 2016.
- A través del desarrollo de la documentación requerida para la constitución legal de una empresa de transporte turístico, se concluye que es de carácter importante, el conocer sobre las leyes

que rigen dicho proceso, ya que el desconocimiento puede conllevar a caer en sanciones si no se cumple con la legislación vigente.

## RECOMENDACIONES

- Se recomienda realizar un estudio de mercado periódicamente en las empresas de transporte turístico para medir el grado de satisfacción de los clientes y además conocer de los servicios adicionales que consideren para implementar a la entidad.
- De acuerdo al estudio técnico se recomienda al momento de la localización de la planta, tomar en cuenta los factores de mayor relevancia, considerando de manera principal la cercanía de los clientes ya que de esto depende el éxito o fracaso de la entidad.
- Para la parte legal se recomienda revisar la Ley de Compañías al momento de decidir que denominación tendrá una empresa ya que tiene ventajas y desventajas cada una de las denominaciones, mientras que por la parte administrativa se recomienda tomar en cuenta el generar la filosofía corporativa afianzada en manuales administrativos para un mejor desempeño de cada uno de los colaboradores.
- Se recomienda para el estudio económico financiero, tomar en cuenta todos los recursos económicos para generar el valor total de la inversión, así como también para la parte financiera el emplear los métodos de evaluación financiera que determinan la viabilidad del proyecto, teniendo en cuenta lo antes mencionado dentro de un estudio de factibilidad este estudio es uno de los más importantes ya que determina si el dinero invertido va a ser rentable o no.
- Como mencionamos en las condiciones actuales este proyecto no es viable, no significa que en un futuro cercano bajo otras perspectivas del entorno llegue a ser posible la implementación de este tipo de empresas.

- Al momento de crear una empresa se debe tomar en cuenta la Ley de Compañías, que es la cual supervisa y controla a las compañías creadas en el país, y demás normativas y reglamentos; ya que el no cumplir con las disposiciones que contiene dicha legislación se puede caer en infracciones que perjudican a la entidad.

**BIBLIOGRAFÍA**

- Alegre, J. (2003). *Formulación y Evaluación de Proyectos de Inversión* .  
Lima: Ediciones e Impresiones Gráficas América S.R.L.
- Baca Urbina, G. (2006). *Evaluación de Proyectos*. México, D.F.: McGRAW-HILL/INTERAMERICANA EDITORES S.A de C.V.
- Boullon, R. C. (2004). *Planificación del Espacio Turístico*. México, D.F.: Trillas.
- Castro, R. Q. (2010). *Elementos de Turismo: teoría, clasificación y actividad*.  
San José, Costa Rica: EUNED.
- Contreras, G., Franco, A., Guerra, G., & López, J. (1985). *Selección de documentos para la Formulación de Proyectos*. Bogota: Nizar Vergara García.
- Córdoba, M. (2006). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- De la Fuente et al. (2008). *Ingeniería de la organización en la empresa: Dirección de Operaciones*. Oviedo, España: Ediciones de la Universidad de Oviedo.
- De la Torre, F. J. (2000). *Sistemas de transportación turística*. México, D.F.: Trillas S.A. de C.V.
- Fernández Espinoza, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión* . Costa Rica : Editorial Tecnológica .
- Gómez, M. M. (2006). *Introducción a la metodología de la investigación científica*. Córdoba: Brujas .
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). *Fundamentos de marketing*. México, D.F.: Pearson Educación.

- Lara Dávila, B. P. (2011). *Cómo elaborar Proyectos de Inversión Paso a Paso*. Quito: CASTALIA.
- Miranda, J. J. (2005). *Gestión de Proyectos Identificación, Formulación, Evaluación*. Bogotá: MM Editores.
- Mokate, K. M. (2004). *Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión* . Bogotá: Alfaomega .
- Murcia, J. D., Díaz, F. N., Medellín, V., Ortega, J. A., Santana, L., González, M. R., y otros. (2009). *Proyectos formulación y criterios de evaluación*. Bogotá: Alfaomega Colombiana S.A. .
- Novás, N. C. (2006). *Promoción y venta de servicios turísticos. Comercialización de servicios turísticos* . España: Ideaspropias Editorial, S.L.
- Pazmifrey Cia. Ltda., , & Traexturey Transportes Express . (2 de Diciembre de 2015). Información sobre Capacidad de Servicio. (J. A. Quinatoa Arequipa, Entrevistador) Ambato, Tungurahua, Ecuador.
- Rodríguez Moguel, E. A. (2005). *Metodología de la Investigación*. México, D.F.: Colección Héctor Merino Rodríguez.
- Rojas López, M. D. (2007). *Evaluación de Proyectos para ingenieros*. Bogotá: Ecoe Ediciones Ltda.
- Sapag Chain, N., & Sapag Chain, R. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México, D.F.: McGraw-Hill Interamericana S.A.
- Valbuena Alvarez, R. (2000). *La Evaluación del Proyecto en la decisión del Empresario*. México, D.F.: Empresa Prototipo S.A. de C.V.

## LINKOGRAFÍA

Agencia Nacional de Tránsito. (9 de Junio de 2014). *Reglamento de Transporte Terrestre Turístico*. Recuperado el 12 de Julio de 2016, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Resolucin-no.-108-dir-2014-ant.pdf>

Avilez, M. P. (24 de Enero de 2013). *Repositorio UCSG*. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de Estudio de factibilidad para la implementación de transporte de turismo personalizado en la ciudad de Guayaquil zona centro "Transportando turismo S.A.": <http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/123456789/324/1/T-UCSG-PRE-ESP-AETH-24.pdf>

Baca, J. C. (2014). *Coaching Turístico*. Recuperado el 2015, de <https://profebaca.wordpress.com/category/transportacion-turistica/>

CODIFICACIÓN, H. C. (12 de Agosto de 2004). *Ley del Registro Único de Contribuyentes*. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de <http://rasonu.org/leyes/LEY-DEL-REGISTRO-UNICO-DE-CONTRIBUYENTES-15-05-2015.pdf>

CODIFICACIÓN, H. C. (29 de Julio de 2006). *Reglamento a la Ley de Registro Único de Contribuyentes*. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de <http://www.sri.gob.ec/BibliotecaPortlet/descargar/d62acc34-1e34-40cf-ab42-ba80ca91eac6/REGLAMENTO+A+LA+LEY+DE+REGISTRO+UNICO+DE+CONTRIBUYENTES,+RUC.pdf>.

Coordinación General de Estadísticas e Investigación. (31 de Diciembre de 2014). *Principales Indicadores de Turismo*. Recuperado el 23 de Marzo de 2015, de [http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre\\_boletin\\_2014.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre_boletin_2014.pdf)

Díaz, J. (2013). *La Gaceta*. Recuperado el 10 de Marzo de 2015

El Universo. (19 de Septiembre de 2013). *Ministerio de Turismo quiere elevar su presupuesto de 40 a \$ 150 millones* . Recuperado el 15 de Febrero de 2015, de <http://www.eluniverso.com/noticias/2013/09/19/nota/1464751/ecuador-eleva-su-presupuesto-turismo-40-150-millones>

Fernández Espinoza, S. (2007). *Los Proyectos de Inversión* . Costa Rica : Editorial Tecnológica .

Flores Cebrian , L. E. (21 de Agosto de 2012). *Monografías.com*. Recuperado el Junio de 2016, de <http://www.monografias.com/trabajos93/punto-equilibrio-aplicaciones-empresas-del-sector-turismo/punto-equilibrio-aplicaciones-empresas-del-sector-turismo.shtml>

Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Latacunga. (5 de Enero de 2016). *Trámites ciudadanos*. Recuperado el 10 de Julio de 2016, de <http://www.latacunga.gob.ec/>

Gobierno de la República del Ecuador. (19 de Octubre de 2010). *Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización*. Recuperado el 5 de Julio de 2016, de [http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4\\_ecu\\_org.pdf](http://www.oas.org/juridico/pdfs/mesicic4_ecu_org.pdf)

H. CONGRESO NACIONAL. (16 de Diciembre de 2005). *Código de Trabajo*. Recuperado el 17 de Julio de 2016, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/C%C3%B3digo-de-Trabajo-PDF.pdf>

H. CONGRESO NACIONAL. (20 de Mayo de 2014). *Ley de compañías*. Recuperado el 15 de Febrero de 2016, de [http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/normativa-relacionada/ley-de-companias/141027193407-b61798b4923c4f24dff12632e81c7ef5\\_leycompanias.pdf](http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/normativa-relacionada/ley-de-companias/141027193407-b61798b4923c4f24dff12632e81c7ef5_leycompanias.pdf)

Hyundai. (Enero de 2016). Recuperado el 20 de Enero de 2016, de <http://www.hyundai.com.ec/index.php/h1.html>

Instituto Ecuatoriano de Normalización (INEN). (16 de Diciembre de 2008). *Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 463:2008*. Recuperado el 12 de Febreo de 2016, de Conductor de Transporte Turístico Terrestre: <https://law.resource.org/pub/ec/ibr/ec.nte.2463.2008.pdf>

Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social. (11 de Enero de 2010). *Codificación del Reglamento de Afiliación, Recaudación y Control Contributivo*. Recuperado el 17 de Julio de 2016, de <https://www.iess.gob.ec/documents/10162/33703/CD.301.pdf?version=1.1>

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC). (2010). *Redatam*. Recuperado el 4 de 8 de 2015, de Censo de Población y Vivienda 2010: <http://redatam.inec.gob.ec/cgi-bin/RpWebEngine.exe/PortalAction?&MODE=MAIN&BASE=CPV2010&MAIN=WebServerMain.inl>

Jiménez, A. (Enero de 2014). *Repositorio Digital ESPE*. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de Análisis del servicio de transporte turístico de la ciudad de Ambato, provincia de Tungurahua y su incidencia en la Agenciación y Operación de paquetes turísticos: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/8251/1/T-ESPEL-ITH-0011.pdf>

Ministerio de Trabajo. (19 de Mayo de 2015). *Norma que crea el Sistema de Administración Integral de Trabajo y Empleo "SAITE"*. Recuperado el 17 de Julio de 2016, de <http://www.trabajo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/07/13-A.M.-0098-Norma-que-crea-el-SAITE.pdf>

- Ministerio de Turismo. (6 de Mayo de 2008). *Ley de Turismo*. Recuperado el 16 de Febrero de 2015, de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>
- Ministerio de Turismo. (31 de Diciembre de 2012). *Barómetro Turístico*. Recuperado el 27 de Junio de 2015, de <http://blog.espol.edu.ec/ricardomedina/files/2013/06/Bar%C3%B3metro-Tur%C3%ADstico-20121.pdf>
- Ministerio de Turismo. (Diciembre de 2014). *Principales Indicadores de Turismo*. Recuperado el 23 de Marzo de 2015, de [http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre\\_boletin\\_2014.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Diciembre_boletin_2014.pdf)
- Ministerio de Turismo. (4 de Febrero de 2015). *Catastro de Transporte Turístico*. Recuperado el 10 de Marzo de 2015, de <https://www.turismo.gob.ec/catastro/>
- Ministerio del Ambiente. (30 de Diciembre de 2014). *Ingreso de Turistas a las Áreas Protegidas de Cotopaxi*. Latacunga, Cotopaxi, Ecuador.
- Ministerio de Turismo. (31 de Marzo de 2015). *Turismo en Cifras*. Recuperado el 29 de Junio de 2015, de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/BoletinTrimestral/Boletin-1er-trimestre-2015.pdf>
- NACIONAL, H. CONGRESO. (20 de Mayo de 2014). *Ley de Compañías*. Recuperado el 30 de Junio de 2016, de [http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/normativa-relacionada/ley-de-companias/141027193407-b61798b4923c4f24dff12632e81c7ef5\\_leycompanias.pdf](http://www.bolsadequito.info/uploads/normativa/normativa-relacionada/ley-de-companias/141027193407-b61798b4923c4f24dff12632e81c7ef5_leycompanias.pdf)
- Ramírez, D., Vidal, A., & Domínguez, Y. (marzo de 2009). *Etapas del Análisis de Factibilidad*. *Compendio Bibliográfico*. Recuperado el Mayo de 2015, de <http://www.eumed.net/ce/2009a/amr.htm>

Superintendencia de Compañías. (27 de Mayo de 2010). *Reglamento Orgánico Funcional de la Superintendencia de Compañías*. Recuperado el 2 de Julio de 2016, de [http://www.supercias.gob.ec/bd\\_supercias/descargas/lotaip/1a.pdf](http://www.supercias.gob.ec/bd_supercias/descargas/lotaip/1a.pdf)

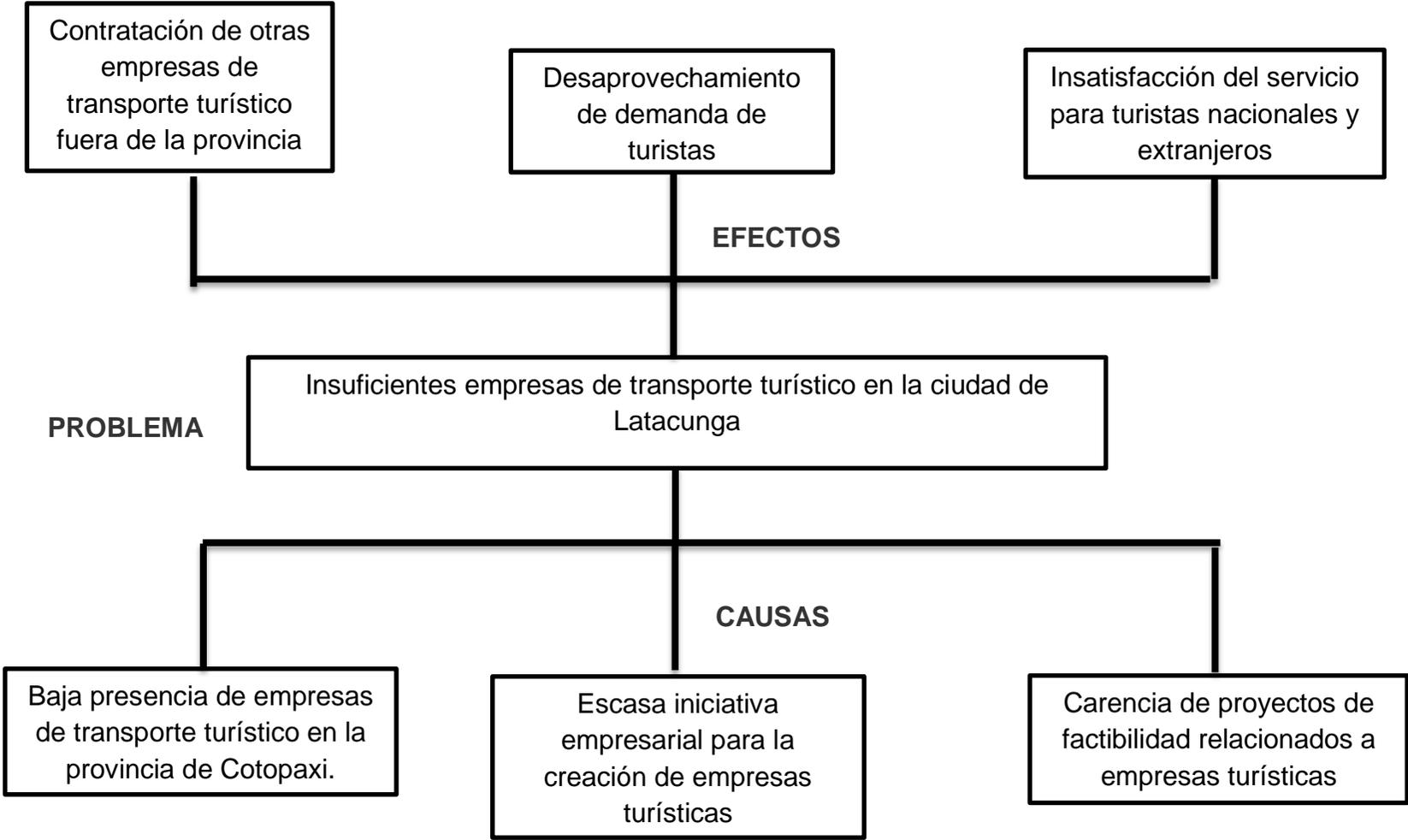
Turismo, M. d. (2002). *Ley de Turismo*. Obtenido de <http://www.hotelesecuador.com.ec/downloads/Ley%20de%20Turismo.pdf>

Viloria Cedeño, N. E. (4 de Junio de 2012). *Desarrollo Turístico y su relación con el Transporte*. Recuperado el 12 de Marzo de 2015, de <http://mingaonline.uach.cl/pdf/gestur/n17/art02.pdf>

Vinueza, G. (26 de Abril de 2011). *Repositorio digital ESPE*. Recuperado el 10 de Febrero de 2015, de Estudio de factibilidad para la creación de una empresa de Transporte de carga pesada en la ciudad de Sangolquí: <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/4860/1/T-ESPE-032946.pdf>

# ANEXOS

**ANEXO 1: Árbol de problemas**



## ANEXO 2: Encuesta



La presente encuesta tiene por objetivo analizar la factibilidad para la creación de una empresa de servicio de transporte turístico en la ciudad de Latacunga.

Lea detenidamente el siguiente cuestionario, marque con una X la respuesta que considere.

Género: M  F

Edad:

- 15 – 30
- 30 – 45
- 45 – 60
- Mayor a 60

Ocupación:

- Estudiante
- Profesional
- Comerciante
- Jubilado

1. ¿Usted ha contratado los servicios de transporte turístico?

- Si
- No

En caso de ser SI, responda la siguiente pregunta:

1.1. ¿De acuerdo a los servicios de transporte turístico que ha recibido, fueron de muy buena atención?

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Neutral
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

1.2. En caso de ser NO, ¿Usted contrataría los servicios de transporte turístico para su viaje?

- Si
- No

**2. ¿Identifique algunas empresas de servicio de transporte turístico en la ciudad de Latacunga?**

- Cottullari
- Comil Patria
- Otras

**3. ¿Considera bajo las condiciones de oferta de transporte turístico, se cree una nueva empresa adecuada a sus necesidades?**

- Si
- No

**4. Cuando viaja, lo hace:**

- En familia
- Con amigos
- Solo

**5. De NO VIAJAR SOLO, normalmente ¿Con cuántas personas se traslada?**

- 3 personas
- 5 personas
- 7 o más personas

**6. ¿Con qué frecuencia viaja?**

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Anual

**7. ¿Motivo por el que viaja?**

- Por vacaciones
- Por trabajo
- Por relax
- Encuentros familiares

**8. ¿Qué tipo de turismo le gusta desarrollar?**

- Turismo Cultural
- Turismo de Sol y playa
- Turismo de Aventura
- Ecoturismo
- Turismo Religioso

**9. ¿Qué región prefiere visitar?**

- Sierra
- Costa
- Amazonia

**10. De las siguientes ¿Qué es lo más importante al recibir el servicio de transporte turístico? Seleccione una respuesta**

- Seguridad
- Confort/ Comodidad
- Puntualidad
- Buen precio
- Cortesía

**11. Es importante que el servicio de transporte turístico brinde servicios adicionales tales como:**

- Información turística
- Break en viajes
- Wifi
- Otros  ¿Cuáles? .....

**12. ¿Mediante qué medios de comunicación considera que se debe promocionar la empresa de transporte turístico?**

- Radio
- Prensa
- Tv
- Volantes
- Redes sociales
- Boca/Oreja

**13. ¿Considera importante que la empresa de transporte turístico disponga de una página web?**

- Si
- No

**GRACIAS POR SU COLABORACIÓN**



**ESPE**  
UNIVERSIDAD DE LAS FUERZAS ARMADAS  
INNOVACIÓN PARA LA EXCELENCIA

**DEPARTAMENTO DE CIENCIAS ECONÓMICAS,  
ADMINISTRATIVAS Y DEL COMERCIO**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN TURÍSTICA Y  
HOTELERA**

**CERTIFICACIÓN**

Se certifica que el presente trabajo fue desarrollado por la Srta. Jenny Adriana Quinatoa Arequipa.

En la ciudad de Latacunga, a 28 días del mes de Julio del 2016.

Aprobado por:

-----  
**ING. LUIS LEMA CERDA**  
**DIRECTOR DEL PROYECTO**

-----  
**ING. CARLOS ALBÁN**  
**DIRECTOR DE LA CARRERA**

-----  
**DR. JUAN CARLOS DÍAZ**  
**SECRETARIO ACADÉMICO**