

**ESCUELA AGRÍCOLA PANAMERICANA
CARRERA DE GESTIÓN DE AGRONEGOCIOS**

**DESARROLLO DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA
UN PROYECTO TURÍSTICO RURAL EN CHANDUY,
ECUADOR**

MICHAEL HUMBERTO ZEA BRITO

Honduras: Diciembre, 2005

**Desarrollo de un plan de negocios para un proyecto turístico rural en
Chanduy, Ecuador.**

Proyecto especial presentado como requisito parcial para optar
al título de Ingeniero en Gestión de Agronegocios en el grado
Académico de Licenciatura

Presentado por:

Michael Humberto Zea Brito

Zamorano, Honduras
Diciembre, 2005

El autor concede a Zamorano permiso para reproducir y distribuir copias de este trabajo para fines educativos. Para otras personas físicas o jurídicas se reservan los derechos de autor.

Michael Humberto Zea Brito

Zamorano, Honduras
Diciembre, 2005

**Desarrollo de un plan de negocios para un proyecto turístico rural en Chanduy,
Ecuador.**

Presentado por:

Michael Humberto Zea Brito

Aprobado:

Carlos Samayoa, M.B.A
Asesor Principal

Ernesto Gallo, M.Sc.
Director de la Carrera de
Agronegocios

Martha Cálix, M.Sc.
Asesor

George Pilz, Ph.D
Decano Académico

Ricardo González, Ing.
Asesor

Kenneth L. Hoadley, D.B.A.
Rector

Guillermo Berlioz, B.Sc.
Coordinador de Tesis y
Pasantías

DEDICATORIA

A Dios Todopoderoso

A mis padres

y

A Jerry Zea

AGRADECIMIENTOS

A Dios, por ser el que me apoyó y me dio fuerzas en todo momento e incondicionalmente aunque muchas veces estuve a punto de dejar todo en el camino.

A mis padres, por ser los promotores de mis estudios y los que me alentaron todo el tiempo para que siga adelante en Zamorano.

A Jerry Zea, mi hermano, por su amistad incondicional, su comprensión y ayuda en todo momento.

A Carlos Samayoa, Ricardo González y Thania Pérez, por su amistad, ayuda incondicional, apoyo, enseñanzas y tolerancia. Muchas gracias por aumentar las posibilidades de que este proyecto sea una realidad.

A mi tío Javier y su familia, por su cariño y amistad, por ser mi soporte en el transcurso de estos cuatro años.

A la Lic. María Auxiliadora Pineda, por su amistad, comprensión y enseñanzas.

A Eliana Sakamoto, Gabriel Piedrahita, Jorge Fischer, Iván Zambrano y Christian Freile, por sacarme las dudas y ayudarme en el proceso de creación de este documento.

A Rolando Pineda Aguilar y su familia, por acogerme con mucho cariño en su hogar desde el primer día.

A la Mafia G, por su amistad incondicional y apoyo en todo momento.

A mis ex compañeros de cuarto, de aprender haciendo, de clases, profesores, paisas, colegas y amigos, por haberme dado la oportunidad de aprender de cada uno de ellos algo productivo para la vida.

Y a todas las personas que de una u otra forma me ayudaron a culminar esta meta.

AGRADECIMIENTOS A PATROCINADORES

Agradezco al Centro Zamorano del Emprendedor, por su apoyo y colaboración en mi último año de estudios en Zamorano.

A la Carrera de Agronegocios y todo su staff de profesores, por alimentar mis conocimientos académicos.

RESUMEN

Zea, Michael. 2005. Desarrollo de un Plan de Negocios para un Centro Turístico Rural en Chanduy, Ecuador. Tesis de Graduación presentada como requisito parcial para optar el título de Ingeniero en Gestión de Agronegocios. Zamorano, Honduras. 77 p.

En las últimas décadas, el turismo se ha posicionado como una de las principales actividades económicas y con más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo tanto en países en vías de desarrollo como en los del primer mundo.

El Grupo Zea, entidad privada que se dedica a la producción pecuaria, con el propósito de diversificar sus ingresos en La Hacienda Las Tareas, identificó que la zona donde están ubicadas sus instalaciones, Chanduy, posee un gran potencial de negocio como destino turístico, con base en recursos costeros, naturales, arqueológicos y culturales. El objetivo del presente trabajo es desarrollar un plan de negocios para demostrar la viabilidad, factibilidad y rentabilidad de un centro turístico rural en Chanduy, Ecuador.

Mediante un estudio de mercados se caracterizó el mercado meta de la población de la ciudad de Guayaquil, Ecuador. Con base en los resultados de este estudio de mercado, se determinó la inversión que se realizará en el proyecto. Se elaboró un plan de mercadeo con sus respectivos costos. Se realizó un análisis del entorno para conocer el sector turístico en el Ecuador; una planeación estratégica, para determinar la brecha que existe entre negocio hoy en día y alcanzar la visión, además de la factibilidad del negocio.

Con todo lo anterior se concluyó que existe un gran potencial de negocio, que el proyecto es rentable y que entre de las principales estrategias de crecimiento está el mercadeo de Las Tareas.

Palabras clave: turismo rural, plan de negocios, factibilidad, planeación, estrategias, publicidad, inversión, servicios, rentabilidad, análisis.

Carlos Samayoa, M.B.A

CONTENIDO

Portadilla.....	i
Derechos de Autor	ii
Página de Firmas.....	iii
Dedicatoria.....	iv
Agradecimientos	v
Agradecimientos a Patrocinadores.....	vi
Resumen.....	vii
Contenido.....	vii
Índice de Cuadros	xii
Índice de Anexos	xiii
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA	1
1.2. ANTECEDENTES	1
1.3. JUSTIFICACIÓN	2
1.4. ALCANCES	3
1.5. LÍMITES.....	3
1.6. OBJETIVOS	4
1.6.1. Objetivo General.....	4
1.6.2. Objetivos Específicos	4
2. REVISIÓN LITERARIA.....	5
2.1 TURISMO	5
2.1.1 Turismo alternativo.....	5
2.1.1.1 Turismo de aventura	5
2.1.1.2 Turismo rural	6
2.1.1.3 Ecoturismo	6
2.2 INCENTIVOS Y BENEFICIOS DEL TURISMO EN EL ECUADOR	6

3.	MATERIALES Y MÉTODOS	9
3.1	DETERMINACIÓN DEL MARCO MUESTRAL	9
3.2	ESTUDIO TÉCNICO	10
3.3	ESTUDIO FINANCIERO	10
3.4	ESTUDIO LEGAL	10
3.5	AMBIENTAL	10
4.	RESULTADOS Y DISCUSIÓN	11
4.1	RESUMEN EJECUTIVO.....	11
4.2	DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO	11
4.3	ESTUDIO DE MERCADO	12
4.3.1	Determinación del mercado meta	12
4.3.2	Determinación de la demanda	15
4.3.3	Análisis del sector.....	16
4.4	PLAN DE MERCADEO	17
4.4.1	Mezcla de mercadeo	17
4.4.1.1	Promoción.....	17
4.4.1.2	Servicios	19
4.4.1.3	Plaza	20
4.4.1.4	Precio	21
4.4.2	Estrategia de Venta	22
4.4.3	Caracterización del Mercado Meta	22
4.4.4	Políticas de Servicios.....	23
4.4.5	Estrategia de Entrada y Crecimiento	23
4.5	PLANEACION ESTRATÉGICA.....	24
4.5.1	Análisis del turismo en el Ecuador.	24
4.5.2	Misión	25
4.5.3	Visión.....	25
4.5.4	Intento estratégico.....	25
4.5.5	Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas.	25
4.5.5.1	Fortalezas	25
4.5.5.2	Oportunidades	26
4.5.5.3	Debilidades	26
4.5.5.4	Amenazas	27

4.5.6	Intersección de las debilidades, oportunidades, fortalezas, y amenazas.....	27
4.5.6.1	Fortalezas y Oportunidades	27
4.5.6.2	Debilidades y Amenazas.....	27
4.5.6.3	Fortalezas y amenazas	28
4.5.6.4	Debilidades y Oportunidades.....	28
4.5.7	Análisis del diamante de las cinco fuerzas de Michael Porter.....	28
4.5.7.1	Capacidad de negociación de los Proveedores	28
4.5.7.2	Capacidad de negociación de los Compradores	29
4.5.7.3	Disponibilidad y amenaza de Servicios Sustitutos	29
4.5.7.4	Amenaza de nuevos ingresos (competidores potenciales).....	30
4.5.7.5	Rivalidad de los competidores actuales	30
4.5.7.6	Competencia y Ventajas Competitivas	31
4.5.8	Benchmarking a sitios turísticos hondureños	32
4.6	ANÁLISIS TÉCNICO	34
4.6.1	Atracciones y actividades turísticas	34
4.6.2	Alojamiento	35
4.6.3	Servicios turísticos.....	35
4.6.4	Transporte	36
4.6.5	Servicios básicos.....	37
4.6.6	Elementos institucionales	37
4.7	ANÁLISIS FINANCIERO	37
4.7.1	Inversiones	37
4.7.2	Ingresos.....	37
4.7.3	Egresos.....	38
4.7.4	Tasa de descuento	38
4.7.5	Evaluación Financiera.....	39
4.7.5.1	VAN.....	39
4.7.5.2	TIR y PRI.....	39
4.7.5.3	Relación Beneficio/Costo	39
4.7.5.4	Punto de equilibrio.....	39
4.8	ANÁLISIS LEGAL	39
4.8.1	Implicaciones tributarias.....	39
4.8.2	Normas y procedimientos para el préstamo de servicios.....	40
4.9	ANÁLISIS AMBIENTAL.....	40
4.10	ESTUDIO ORGANIZACIONAL	41
5.	CONCLUSIONES	43

6.	RECOMENDACIONES	44
7.	BIBLIOGRAFÍA	45
8.	ANEXOS.....	46

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Crecimiento del turismo en Ecuador.....	2
Cuadro 2. Dónde suelen viajar los turistas	12
Cuadro 3. Acompañantes de viaje de los turistas	13
Cuadro 4. Motivos de viaje de los turistas.....	13
Cuadro 5. Preferencia de la decoración de las habitaciones	13
Cuadro 6. Actividades preferidas a realizar	14
Cuadro 7. Disponibilidad de gasto promedio por persona por dos día.....	14
Cuadro 8. Ingresos Mensuales Promedio	14
Cuadro 9. Deportes extremos preferidos por los encuestados	15
Cuadro 10. Demanda Potencial Anual de Habitaciones	15
Cuadro 11. Distribución Anual de Publicidad y Propaganda	17
Cuadro 12. Presupuesto de gastos de marketing	18
Cuadro 13. Precio de las habitaciones por tipo y temporada.....	21
Cuadro 14. Costos estándar por tipo de habitación	21
Cuadro 15. Precios de servicios de restaurante y otros servicios	21
Cuadro 16. Precios por paquetes turísticos	22
Cuadro 17. Capacidad de los establecimientos de alojamiento de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.....	31
Cuadro 18. Capacidad de Carga Diaria	35
Cuadro 19. Ingresos por tipo de servicio	38
Cuadro 20. Costos y gastos.....	38

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1. Leyes Tributarias.....	47
Anexo 2. Balanza de Turismo.....	56
Anexo 3 Mapa Ruta del Sol.....	57
Anexo 4 Inversiones Las Tareas.....	58
Anexo 5 Costos Fijos Anuales.....	59
Anexo 6. Costo Variables.....	60
Anexo 7. Ingresos y Precios.....	61
Anexo 8. Punto de Equilibrio por Tipo de Servicios.....	62
Anexo 9. Organigrama.....	63
Anexo 10. Noticias y Boletines Turísticos.....	64
Anexo 11. Llega de Turistas Extranjeros al Ecuador.....	65
Anexo 12. Salida de Ecuatorianos al Exterior.....	66
Anexo 13. Flujo de Caja del Proyecto.....	67
Anexo 14. Capital de Trabajo.....	68
Anexo 15. Nivel de Ocupación Anual de Habitaciones.....	69
Anexo 16. Mapa Las Tareas.....	70
Anexo 17. Población por Sexo y Edad.....	71

1. INTRODUCCIÓN

1.1. DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El proyecto de La Hacienda Las Tareas es un esfuerzo de la Familia Zea para promover el turismo en la región costera del Ecuador. Inicialmente esta hacienda estaba destinada a la producción pecuaria. Debido al potencial turístico que no está siendo aprovechado adecuadamente en la zona de Chanduy, Las Tareas desea readecuar sus instalaciones para ofrecer actividades turísticas rurales con un servicio de calidad.

Dicho estudio pretende plantear una solución que ayude a los inversionistas a visualizar la factibilidad del proyecto.

1.2. ANTECEDENTES

El Ecuador presenta una variedad de culturas que prevalecieron en la costa ecuatoriana que corresponden de hace 4400 a.c. y que manifiestan la presencia del hombre y su forma de vida, localizadas en varias provincias. Sus características se evidencian en rastros arqueológicos, como restos de cerámica, utensilios de cocina y ceremoniales, instrumentos de caza y pesca, herramientas agrícolas y algunos restos humanos.

En esta región, existe una parroquia llamada Chanduy, del cantón Santa Elena, Provincia del Guayas. Este pequeño pueblo rural está ubicado a 110km. de la ciudad de Guayaquil, la capital económica del país; su movimiento económico se basa en la pesca artesanal y en la oferta de las industrias pesqueras. La agricultura y ganadería juegan un papel muy pobre en el sector, pero con gran potencial. Este lugar posee las condiciones adecuadas para brindar servicios de agroturismo sostenible, con base en las instalaciones que posee el Grupo Zea, las mismas que cuentan con producción agrícola, pecuaria, acuícola, estancia y servicios automotrices.

Además tomando en cuenta los recursos turísticos autóctonos de la zona de Chanduy como cultura, gastronomía, sitios de interés y demás, se podrá llamar la atención de turistas. Es por eso que desde el presente año, se han estado realizando arreglos en la infraestructura de la hacienda Las Tareas, perteneciente al Grupo Zea, con el propósito de prestar servicios turísticos a la población del Ecuador.

Según las estadísticas de turismo de La Comunidad Andina¹ (2004), en lo que respecta del año 1999 al 2003, recibió 14,256,000 turistas, siendo Perú el que captó mayor cantidad de gente extrajera con el 30%, seguido de Ecuador con 22%, Colombia con 19%, Venezuela con 17% y Bolivia con 12%.

El Cuadro 1 describe que Ecuador ha tenido en los últimos años una tendencia incremental en cuanto a turismo receptivo se refiere, lo que lo convierte en el tercer rubro más relevante del producto interno bruto. La anterior Presidencia del Ecuador ratificó la decisión (2003), de que el turismo sea política de Estado para todos los efectos constitucionales y legales y así de esta manera, con publicidad internacional apoyar al desarrollo social y económico de este servicio, respaldado por su extensa riqueza natural. La diversidad de sus cuatro regiones (costa, sierra, oriente y región insular) proporciona lugar para miles de especies de flora y fauna. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del Planeta. Asimismo, posee una amplia gama de culturas y gastronomía.

Cuadro 1. Crecimiento del turismo en Ecuador
56.3 ECUADOR: INDICADORES DE TURISMO

VARIABLES	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003
TURISMO RECEPTOR										
Miles de Turistas	472	440	494	529	511	518	627	609	683	760
Ingresos de divisas Millones de dólares	252	255	281	290	291	343	402	430	447	406
TURISMO EMISOR										
Miles de Turistas	270	271	275	321	330	386	520	553	627	624
Egresos de divisas Millones de dólares	203	235	219	227	241	271	299	340	364	354

FUENTE: Ministerio de Turismo del Ecuador

1.3. JUSTIFICACIÓN DEL ESTUDIO

La meta de este proyecto es explorar formas de aumentar la afluencia de visitantes, mejorando los sistemas convencionales de turismo, creando nuevas fuentes de empleo; se propone dar un manejo adecuado a los recursos rurales que traen como consecuencia mejorar la calidad de vida de los habitantes y generar capital para la empresa.

Chanduy se encuentra situado a 110 kilómetros de Guayaquil, ciudad que ha atraído gran cantidad de turismo en los últimos años; por otra parte Chanduy está ubicado a 35 kilómetros de uno de los balnearios más visitados del Ecuador, Salinas, es desde este lugar donde empieza la denominada Ruta del Sol, un recorrido de 748 kilómetros por toda la costa ecuatoriana. Chanduy se encuentra en un punto estratégico entre Guayaquil y Salinas,

¹ Comunidad Andina -- Conformada por los países sudamericanos que son atravesados por la cordillera de Los Andes.

proporcionándole un nicho de mercado turístico eminente para la Fase I del proyecto (el proyecto está dividido en dos fases).

Chanduy posee recursos turísticos que pueden ser desarrollados sosteniblemente; en la actualidad no son aprovechados. La Hacienda Las Tareas, es apropiada para brindar servicios de agroturismo, en las mismas existen piscinas de camarón y tilapia, en las que se puede brindar el servicio de pesca y/o relacionar al visitante con la cosecha dependiendo de la época de la visita; se produce leche de ganado vacuno, lo cual brinda una oportunidad para los turistas de presenciar todo el proceso de obtención artesanal de este producto y la elaboración de subderivados; de la misma manera, en las cercanías de la zona se encuentran sitios susceptibles de convertirse en atractivos que complementan el proyecto, ejemplo:

- o Museo Real Alto, ubicado a 2 kilómetros de la parroquia, donde se exhiben reliquias arqueológicas de culturas costeñas de la zona. Curiosamente este museo no es muy conocido ni muy visitado, lugares desconocimiento del lugar.
- o El Cerro Chuculunduy, que es un mirador ubicado en la carretera vía a Salinas.
- o Ubicado a 10km. de la parroquia se encuentra Baños de San Vicente, donde existen piscinas con aguas termales y baños con lodo.
- o El avistamiento de delfines en las agua del océano pacifico es un atractivo potencial, pero de igual manera, no disfrutado.
- o Desde el 2004 Chanduy fue designado Patrimonio de la Tecnología Hidráulica, por las tantas albarradas² que existen y que eran y siguen siendo utilizadas por los antiguos habitantes de la zona.

1.4. ALCANCES

Dentro del estudio se tiene como punto principal realizar un plan de negocios de un centro turístico en Chanduy, Ecuador, para su implementación. En el presente documento se realiza un estudio de la viabilidad y factibilidad del centro turístico Hacienda Las Tareas para medir la rentabilidad del negocio; una planeación estratégica del negocio y un plan de marketing.

1.5. LÍMITES

El proyecto está realizado para determinar el potencial de negocio en las instalaciones del Grupo Zea en Chanduy, Guayas, Ecuador, por lo que los resultados no son extrapolables a otros proyectos similares en diferentes regiones del Ecuador.

² Albarrada: Pequeños y arqueológicos diques que eran utilizados por los habitantes de la península del Guayas desde hace 2270 años para contrarrestar los efectos del fenómeno de El Niño y almacenar agua para la época seca según investigaciones de la NASA.

1.6.OBJETIVOS

1.6.1. Objetivo General

Desarrollar un plan de negocios para un proyecto turístico rural privado, ampliando la oferta turística de Chanduy, Ecuador.

1.6.2. Objetivos Específicos

- o Conocer la factibilidad del proyecto.
- o Realizar un plan de mercadeo.
- o Realizar una planeación estratégica para el negocio.

2. REVISIÓN LITERARIA

2.1 TURISMO

Turismo puede ser definido como el ejercicio de actividades varias, asociadas con el traslado de personas hacia distintos lugares que no sean las mismas de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos. La Organización Mundial del Turismo es la principal organización internacional en materia turística; su papel central y decisivo es la promoción del desarrollo de un turismo responsable, sustentable y asequible para todos. A través del turismo, mundialmente se pretende incitar el incremento económico y aumento del empleo, estimular el amparo del medio ambiente y el patrimonio cultural, promover la paz, la prosperidad y el respeto por los derechos humanos.

2.1.1 Turismo alternativo

La Secretaría de Turismo de México (2002), define el turismo alternativo como: “Los viajes que tienen como fin realizar actividades recreativas en contacto directo con la naturaleza y expresiones culturales que envuelven, con una actitud y compromiso de conocer, respetar, disfrutar y participar en la conservación de los recursos naturales y culturales”.

Este tipo de turismo se ha venido desarrollando por la necesidad de las personas de tener contacto con la naturaleza, debido a que viven en un ambiente artificial, por consecuencia de las construcciones de grandes ciudades que ha venido degradando los recursos que están a disposición del hombre. Basado en este criterio, las actividades que pueden desarrollarse en el turismo alternativo se ha dividido en: turismo de aventura, ecoturismo y turismo rural.

2.1.1.1 Turismo de aventura

Brinda la oportunidad de realizar actividades recreativas-deportivas que están asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza. El turismo de aventura está compuesto por diversas actividades agrupadas de acuerdo al espacio natural en que se desarrollan, en el aire se pueden realizar; vuelo de globo, vuelo en ala delta, parapente y paracaidismo; en tierra se realizan las actividades de montañismo, canoísmo, escalada, espejismo, caminata, rappel, cabalgata y ciclismo de montaña; en el agua se practica el buceo autónomo, buceo libre, descenso de ríos, kayaquismo y pesca recreativa (SECTUR, 2002).

2.1.1.2 Turismo rural

Según Friedich (2001), el turismo rural es el que permite a los visitantes la participación personalizada de eventos, tareas, costumbres y modos de vida de los habitantes de una determinada comunidad, es decir, aprender otras formas de vida en sus aspectos cotidianos, productivos y culturales, sensibilizando al turista sobre el respeto y el valor de la identidad cultural de las comunidades y los pueblos, teniendo como interés principal la conservación de los recursos naturales. Entre las actividades que se promueven en este tipo de turismo están: talleres artesanales, vivencias míticas, aprendizaje dialéctico, fotografía rural, talleres gastronómicos, preparación y uso de medicina tradicional, agroturismo, eco-arqueología y etnoturismo.

2.1.1.3 Ecoturismo

El ecoturismo más que solo viajar y estar en contacto con la naturaleza, se enfoca en la conservación o minimización del impacto ambiental y cultural; es por eso que se define como ecoturismo el viajar con el propósito de realizar actividades recreativas de apreciación y conocimiento de la naturaleza a través del contacto con la misma. Entre las actividades de este tipo de turismo se encuentran: observación de flora y fauna, observación de ecosistemas, observación geológica, senderismo interpretativo, rescate de flora y fauna, talleres de educación ambiental, proyectos de investigación biológica, safari fotográfico, observación sideral, observación de fósiles, y observación de atractivos naturales (SECTUR, 2002).

2.2 INCENTIVOS Y BENEFICIOS DEL TURISMO EN EL ECUADOR

Las empresas turísticas gozarán de los siguientes incentivos:

Art. 26.

Exoneración total de los derechos de impuestos y acceso al crédito en las instituciones financieras

Art. 27.

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.

Art. 28.

Los gastos al exterior por concepto de campañas de publicidad serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente.

Art. 29.

Las comisiones a las que se refiere al artículo 13, numeral 4 de la Ley de Régimen Tributario Interno pagadas para la promoción del turismo receptivo, no podrán exceder del ocho por ciento sobre el monto de las ventas.

Art. 30.

Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00.

Art. 31.

Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno.

Art. 32.

Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán 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.

Art. 33.

Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

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 o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico; y,
- c. Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

Art. 35.

El Ministerio de Turismo dentro del periodo de goce de los beneficios, efectuará fiscalizaciones a objeto de verificar las inversiones o reinversiones efectuadas, así como el cumplimiento de cada una de las obligaciones que determina esta ley y sus reglamentos.

Art. 36.

No podrán acogerse a los beneficios de que trata esta Ley los siguientes:

a. Los destinados al turismo emisor con destino al extranjero; y, b. Las agencias de viajes, a excepción de las agencias operadoras de turismo receptivo.

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 período de depreciación contable del bien.

Para conocer más, véase el Anexo 1.

3. MATERIALES Y MÉTODOS

3.1 DETERMINACIÓN DEL MARCO MUESTRAL

Se empezó el estudio realizando:

- o Una investigación de mercados de tipo concluyente descriptiva para ayudar a medir las percepciones del cliente potencial, poder adquisitivo, patrones de consumo entre otras. Con un diseño de sección transversal, recurriendo al modelo bietápico como fuente de datos primario, se empezó el estudio con 200 encuestas piloto con un muestreo simple aleatorio en los lugares turísticos más concurridos en la ciudad de Guayaquil (Malecón 2000, Malecón del Salado, Parque Histórico y Las Peñas).
- o A continuación la fórmula de variable discreta utilizada:

$$N = \frac{P(96\%) * Q(4\%) * T^2 (6.6)}{E^2 (6.25)} = 406 \text{ encuestas}$$

Donde:

N = número de encuestas para el marco muestral

P = cantidad de personas encuestadas que solicitarían los servicios con base en la pregunta más relevante de la encuesta piloto

Q = cantidad de personas encuestadas que no solicitarían los servicios de turismo (1 - p)

T = nivel de confianza³

E = error muestral⁴

- o Los datos secundarios fueron obtenidos de fuentes internas y externas, donde se encuentra información sobre el turismo en el Ecuador. Estos datos estadísticos fueron realizados por INEC (instituto nacional de estadísticas y censos), Superintendencia de Bancos y Seguros, Ministerio de Turismo, Municipalidad de Santa Elena, Cámara de Turismo del Guayas y otros sitios en el Internet.

³ El nivel de confianza a utilizar es del 97.5%.

⁴ El error muestral que se utilizará es de 2.5%.

3.2 ESTUDIO TÉCNICO

Con base en los datos recopilados en la investigación de mercados, se empezó a planear las readecuaciones que deben hacerse en las habitaciones de las instalaciones de Las Tareas, para poder empezar trabajar con turismo alternativo. Para las demás instalaciones será mínima la inversión, debido a que ya están listas para empezar a darles uso.

Para este estudio técnico se han investigado y evaluado parámetros que han sido establecidos por la Organización Mundial del Turismo (1995), para poder medir el potencial del negocio y estructurarlo de la mejor manera, las cuales se detallan a continuación:

- o Atracciones y actividades turísticas
- o Alojamiento
- o Servicios turísticos
- o Transporte
- o Servicios básicos
- o Elementos institucionales.

3.3 ESTUDIO FINANCIERO

Mediante la elaboración de flujos de caja se analizó el impacto que tiene el proyecto con financiamiento, así se identificarán los ingresos, el capital de trabajo, la inversión inicial, los principales egresos, también se logró un análisis de rentabilidad, donde se determinaron los principales índices financieros para la toma de decisiones:

- o Valor Actual Neto (VAN)
- o La tasa interna de retorno (TIR)
- o Periodo de recuperación de inversión (PRI)
- o Relación beneficio costo
- o Punto de equilibrio

3.4 ESTUDIO LEGAL

En el estudio legal se detallarán todos los lineamientos que una empresa turística debe seguir para empezar con sus servicios y cómo se encuentra Las Tareas en cuanto la parte social, y social.

3.5 AMBIENTAL

En la parte ambiental se detallará cuál es el impacto que tiene la empresa en cuanto a la parte ambiental, es amigable o no, qué procedimientos se tiene para la disminución de desechos y reducción de la degradación de los recursos naturales.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

A continuación se presentan los resultados encontrados en la investigación:

4.1 RESUMEN EJECUTIVO

Las Tareas S.A. abrirá sus funciones en Chanduy, Ecuador con el propósito de prestar de servicios de turismo rural que permitan satisfacer las necesidades de relajación, recreación y diversión de los clientes que a su vez permitan el desarrollo de la socio-económico de la zona.

Sus servicios, de alojamiento, alimentación, actividades culturales y deportivas, serán prestados a familias y grupos de amigos que quieran disfrutar de un ambiente rústico, folklórico y a la vez confortable en las playas de Chanduy.

Las Tareas S.A. requiere una inversión total de \$50,307 de los cuales la empresa absorberá el 20% y el capital de trabajo que son \$ 9,950. Se necesita un préstamo total de \$40,246.

La oportunidad de realizar el proyecto se debe a la cantidad de recursos tanto naturales como culturales que no han sido explotados en la zona, ya que no existen lugares turísticos que muestren el potencial de la región.

El VAN del proyecto, en un análisis de 5 años es del \$ 166,011, la relación beneficio/costo es de 1.17, el periodo de recuperación de la inversión es de 1.26 años.

4.2 DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

La Hacienda “Las Tareas” es una empresa ubicada a 110 km de la capital económica del país, Guayaquil, y a 40 km. de Salinas, uno de los balnearios más concurridos del Ecuador y que forma parte de *La Ruta del Sol*⁵. Las Tareas está constituida como sociedad anónima desde 1988, donde su principal producción era la de ganado de carne. Con el pasar del tiempo, fue cambiando el negocio al de las vacas de doble propósito (leche y carne).

Actualmente Las Tareas desea readecuar sus instalaciones para convertirse en un centro de turismo alternativo, que facilite a sus visitantes tengan espacios para relajarse, recrearse y hospedarse, ofreciendo como atractivos principales:

⁵ Ruta del Sol: Recorrido turístico por una carretera que atraviesa toda la costa del Ecuador.

- o La producción agropecuaria con animales de granja (vacas) y diferentes cultivos no convencionales como plantas medicinales, ornamentales y exóticas (orquídeas).
- o La cercanía de la hacienda a la playa (1 km.), para la gente que quiere descansar en un ambiente campo/playero. En cierta época del año, hay avistamiento de delfines.
- o Deportes como volley playero y fútbol de playa en las canchas deportivas del centro, rutas de bicicleta de montaña a los alrededores y kayak.
- o Cultura, debido a que en la zona del Real Alto (2 km. de Chanduy), existió la cultura Valdivia, una de las civilizaciones más representativas del Ecuador y de las primeras en América en trabajar con agro-alfarería; actualmente sus vestigios y reliquias son presentadas en un museo antropológico en el área al cuál asisten menos de 2000 personas por año por el desconocimiento de su existencia. Actualmente se han realizado negociaciones con los encargados de este lugar, únicamente hay que hacer las reservaciones con 2 días de anticipación.
- o Se realizarán realizando piloto para analizar los servicios, donde inicialmente estarán hospedados los clientes en Las Tareas y podrán disfrutar de caminatas, visitas al museo, eventos musicales, entre otras, para medir el nivel de aceptación y satisfacción de los clientes.

4.3 ESTUDIO DE MERCADO

4.3.1 Determinación del mercado meta

En esta sección se mostraran los resultados más importantes de las encuestas, los cuáles ayudaron a caracterizar el mercado meta determinando gustos y preferencias de los mismos.

Las variables que se midieron fueron los gustos y preferencias de la población de la ciudad de Guayaquil cuando realizan viajes los fines de semana.

Cuadro 2. Dónde suelen viajar los turistas

DONDE SUELE VIAJAR	
Playa	64%
Sierra	26%
Otros	6%
Galapagos	3%
Oriente	2%

De todos los encuestados, el 64% normalmente realiza viajes a la playa, esto se debe a la tradición y cercanía de varios sitios playeros. Estos porcentajes son beneficiosos para el proyecto, debido a que la mayor cantidad de personas que viajan a las playas del Guayas, deben pasar por la carretera que se desvía a Chanduy, por ende la

afluencia de turistas en la zona es grande, pero no se los está canalizando para que tengan como destino Las Tareas; con una buena estrategia de publicidad se puede atraer mayor cantidad de turistas en la región.

Cuadro 3. Acompañantes de viaje de los turistas

ACOMPANANTES DE VIAJE	
Familia	58%
Con Pareja	15%
Amigos	13%
Solo	12%
Varias Parejas	1%

Como se aprecia en el Cuadro 3, la mayoría de personas encuestadas (58%) normalmente suelen viajar con su familia, que en promedio está conformado por 5 personas. La época del año donde más acuden los turistas internos a las playas cercanas a Guayaquil es desde finales de Diciembre hasta mediados de Abril, debido a que en estos meses es cuando esta abierta la temporada playera en la costa del Ecuador y existen festividades como carnaval y semana santa. El 28% de los encuestados pertenecen a la clasificación de personas que viajan con pareja y amigos, siendo este también un importante nicho de mercado para el proyecto, el mismo que irá enfocado a gente que desea disfrutar de los atributos de las costas con diferentes opciones de diversión, relajación y recreación.

Cuadro 4. Motivos de viaje de los turistas

MOTIVOS DE VIAJE	
Relajación	29%
Recreación	28%
Discoteca	24%
Aventura	19%

Se puede inferir por medio del cuadro anterior que los turistas que viajan a las playas lo hacen para relajarse, recrearse y divertirse; cuantitativamente estas tres opciones son mayoría en los resultados obtenidos de las encuestas, no obstante, las playas más concurridas en la costa del Guayas pasan saturadas en las temporadas alta; Los resultados anteriores son excelentes indicadores para el aumento esperado del flujo de turistas para La Hacienda Las Tareas, debido a que se ofrecerán distintas opciones de servicios con base en las respuestas de las encuestas (Veáse, Cuadro 4).

Cuadro 5. Preferencia de la decoración de las habitaciones

AMBIENTE PREFERIDO EN HABITACIONES	
Rústico-confortable	58%
Folklórico-tradicional	35%
Lujoso	7%

Las preferencias de los turistas internos para el ambiente decorado de las habitaciones de los hoteles son de tipo rústico confortable y folklórico tradicional, demostrando que ellos prefieren un ambiente más relacionado a la cultura costeña que existe en el Ecuador. Las habitaciones de las instalaciones de Las Tareas, estarán decoradas de

según el Cuadro 5, para que tengan un enfoque autóctono y a la vez acogedor para así satisfacer las necesidades de los clientes potenciales.

Cuadro 6. Actividades preferidas a realizar

ACTIVIDADES PREFERIDAS	
Playeras	36%
Deportes extremos	26%
Culturales	24%
Agropecuarias	13%

Dentro de las actividades playeras que representa el 36%, están incluidos eventos musicales, campeonatos de volley playero, futbolito playero, caminatas de playa, rutas de avistamiento de delfines y demás. Son altos los porcentajes de turistas que prefieren los deportes extremos (26%) como bicicleta de montaña, kayaquismo y paintball y los de actividades culturales (24%) como visitas a museos, involucramiento con culturas de los habitantes de la zona, aprendizaje de la historia de las culturas autóctonas, etc.

Cuadro 7. Disponibilidad de gasto promedio por persona por dos día.

GASTO POR DOS DÍAS/PERSONA	
\$15 - \$30	15%
\$31 - \$45	30%
\$46 - \$60	27%
Más de \$60	28%

El 85% de las personas encuestadas respondieron que están dispuestas a pagar más de \$30 dólares por un paquete turístico individual de tres días y dos noches, donde el porcentaje más bajo es de las personas que no pagarían más de \$30 por dicho paquete turístico. La empresa podrá tomar la decisión designar precios con base en los resultados del Cuadro 7, ya que se conoce un promedio de lo que gastarían los turistas en Las Tareas.

Cuadro 8. Ingresos Mensuales Promedio

INGRESOS MENSUALES USD	
\$500 o menos	28%
\$501 a \$1500	63%
\$1501 a \$2500	7%
Más de \$2500	2%

Los ingresos mensuales promedio del mercado meta oscilan entre los \$500 y \$1500, sin embargo, esta no es una limitante para que alguien que tenga mayor nivel de ingresos pueda visitar el centro turístico. Vale recalcar que las personas que contestaron que tienen ingresos menores a \$500 mensuales, en su gran mayoría son estudiantes universitarios, los mismos que todavía no están trabajando y por ende no tienen un ingreso mensual estable.

Cuadro 9. Deportes extremos preferidos por los encuestados

QUÉ DEPORTES EXTREMOS LE GUSTARIA	
Bicicleta de montaña	35%
Kayak	30%
Paint Ball	17%
Parapente	17%
Cuadrones	0,3%
Rafting	0,3%
Buceo	0,3%

Con base en los resultados del Cuadro 9, se determinó con qué tipos de deportes extremos se empezará el negocio y cuál será el nivel de demanda de los huéspedes, para posteriormente proyectar los ingresos por motivo de estos servicios.

4.3.2 DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA

La determinación de la demanda potencial del mercado se realizó mediante la técnica de *Cochran*, lo cual implicó tomar datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) de la población total de Guayaquil, luego de estratificó según la la cantidad de personas que oscilan entre 20 y 39 años, después según el nivel de no pobreza (56%) de la ciudad de Guayaquil. Se tomó un segmento de la población igual a 393,768 hab., que son las personas que están suelen viajar a la playa (64% de la población No Pobre), posteriormente se obtuvo el número de habitantes que están anuentes a visitar el centro turístico en Chanduy, que son 378,017 (96% de los encuestados). Tomando en cuenta la frecuencia y cantidad promedio de permanencia en el hotel, se concluyó que la demanda potencial anual es de 509,920 habitaciones entre simples, dobles y triples. (Ver cuadro 10). Utilizando la máxima capacidad de carga de alojamiento, se cubre el 3.51% de la demanda potencial.

Cuadro 10. Demanda Potencial Anual de Habitaciones

DEMANDA POTENCIAL	
Datos Generales	Habitantes
Población Guayaquil	2,039,789
Población no pobre (56%)	1,142,282
Visitantes a la playa (64%)	731,060
Anuencia a visitas (96%)	701,818

DEMANDA TOTAL DE HABITACIONES POR VIAJES ANUALES					
Tipo de Habitaciones	Frecuencia anual de viaje de encuestados			Días de permanencia	Demanda Total
	66%	17%	17%		
	1 vez	2 veces	3 veces		
Simple	60,216	31,020	46,531	2	275,534
Doble	39,372	20,283	30,424	2	180,157
Triple	109,624	56,473	84,709	2	501,613
Total					957,303

4.3.3 Análisis del sector

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del Planeta. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Asimismo, posee una amplia gama de culturas.

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador (2003), en sus datos de capacidad de establecimientos turísticos registrados (véase Cuadro 17) Guayas posee un total de 2894 establecimiento divididos de la siguiente manera:

- o Alojamiento
- o Comidas y bebidas
- o Agencias de viaje
- o Áreas de recreación, diversión y esparcimiento
- o Otras actividades

La provincia del Guayas es la segunda provincia en el país con mayor oferta de alojamiento después de Pichincha, sin embargo es la primera en cuanto cantidad de establecimiento de comida y bebidas con respecto a las demás provincias; además se encuentre primera junto a Pichincha en cuanto a compañías de recreación, diversión y esparcimiento con un total de 156 establecimientos (Ministerio de Turismo, 2003).

El turismo se encuentra como el tercer rubro (Anexo 2) del país que genera ingresos al producto interno bruto. Sus principales urbes ofrecen todo tipo de servicios, con las más importantes cadenas hoteleras del mundo e infraestructura y tecnología de vanguardia: Quito, centro político y financiero; Guayaquil, el último puerto del Caribe y la capital económica del país; Manta, otro de los puertos con amplia actividad comercial y turística; y Cuenca, culta y amable, la tercera ciudad más importante del Ecuador.

El turismo Rural está definido como rutas de sabores o de las flores y las actividades que se realizan en las haciendas y comunidades y productos definidos como incentivos o distracciones.

Guayaquil es una ciudad donde habitan aproximadamente dos millones de personas. En la última temporada de playa (enero a abril), específicamente en carnaval (del 5 al 8 febrero), según los datos estadísticos del Ministerio de Turismo, se movilizaron 150,000 personas a Salinas y 100,000 personas a Playas⁶ desde Guayaquil, dejando en esta temporada ganancias por más de siete millones de dólares americanos. Con los datos anteriormente mencionados, se puede aseverar que viajaron en estas fechas 250,000 turistas a las playas.

⁶ Salinas: Balneario más visitado del Ecuador que se sitúa a 150 km. de Guayaquil y 40 km. de Chanduy.
Playas: Balneario muy visitado que se sitúa a 75 km. de Guayaquil y 45km. de Chanduy.

4.4 PLAN DE MERCADEO

4.4.1 Mezcla de mercadeo

4.4.1.1 Promoción

Como parte de las estrategias de promoción se realizarán las siguientes actividades:

Cuadro 11. Distribución Anual de Publicidad y Propaganda

[illegible]

El Cuadro 12 detalla los costos de marketing anuales.

- o El complejo de turismo rural “Las Tareas”, como parte inicial de la promoción será incluida en la guía de destinos turísticos del Ecuador del 2006 por medio de una persona especialista en el turismo ecuatoriano escritor de este tipo de publicaciones.
- o Se realizarán negociaciones con agrupaciones como clubes, empresas, grupos religiosos y demás entidades que buscan realizar como parte de sus actividades, turismo para la integración de sus miembros. Hasta el momento se han mantenido relaciones directas con los presidentes de los clubes de ciclismo de montaña y kayakismo de la ciudad de Guayaquil. En enero se realizará una ruta de bicicleta de montaña en Chanduy, se invitará a participar al Club de Bicicleta de Montaña y a personas naturales que quiera participar.
- o Ya se han realizado conversaciones de negocio con gerentes de división de varias empresas, los mismos que se mostraron anuentes a realizar viajes a Las Tareas con el departamento que está bajo su cargo como incentivos a los empleados.
 - o Jacinto Villavicencio Arias Gerente RRHH Fybeca
 - o Jorge Brito León Gerente RRHH Banco de Guayaquil
 - o Armando González Zambrano Gerente Regional BSI Inspectorate
- o La mayor cantidad de turistas internos viajan a las costas en la temporada de playa que se abre a inicios de enero y termina a mediados de abril. En las

fiestas de carnaval en el mes de febrero y semana santa en abril se realizarán eventos musicales de grupos nacionales, campeonatos de volley, kayaking y bicicross, esto con el apoyo de contactos importantes que laboran en el área de comunicaciones y publicidad del país y con auspiciantes.

- Se repartirán trifolios de La Hacienda Las Tareas en los sitios turísticos cercanos con los que estará trabajando simbióticamente en promoción para que sean repartidos a sus clientes.
- Las actividades playeras de temporada alta, tienen el propósito de atraer gente a las instalaciones de Las Tareas. Otra de los propósitos es la realización de propagandas por parte de la Cámara Provincial de Turismo en sus boletines mensuales en su página web principal en el Internet y a su vez propagandas televisivas.
- Como Las Tareas es miembro de la Cámara Provincial de Turismo (CEPTUR), tendrá la oportunidad en los siguientes años de participar en ferias de turismo a nivel nacional e internacional, como el FITE 2005, que fue realizado en la ciudad de Guayaquil en octubre del presente año.
- Se solicitarán los servicios de la Empresa Publivía (empresa que se encarga de colocar anuncios publicitarios en la ciudad y en las carreteras), debido a que se colocará en el desvío de la carretera principal a Chanduy una valla publicitaria sobre la Hacienda Las Tareas, con el fin de atraer turistas.
- Se han contactado tour operadores, con los cuales se quiere llegar a un acuerdo para que incluyan en sus rutas turísticas a Las Tareas como opción turística alternativa.

A continuación el presupuesto que se destinó para la publicidad:

Cuadro 12. Presupuesto de gastos de marketing

Presupuesto de marketing	Total
Ruta Grupo de downhill	\$ 500
Ferias turísticas	\$ 2,000
Publicaciones en revistas	\$ 2,500
Campeonato de volley femenino	\$ 2,000
Campeonato Kayak	\$ 2,000
Campeonato de bicicross	\$ 2,000
Valla publicitaria	\$ 4,000
POP	\$ 1,500
Total gastos marketing anual	\$ 16,500

- Ruta de downhill: Con la ayuda del Club de Ciclismo de Montaña de Guayaquil, se realizará un recorrido de bicicleta por las zonas aledañas de las instalaciones de la hacienda. El fin de este evento es que asistan los miembros del club y las personas aficionadas, para empezar a promocionar a Las Tareas con un destino de turístico de aventura.

- Ferias turísticas: Para ferias turísticas destinaron \$2,000 tomando en cuenta que en Guayaquil se realiza una feria turística anual en el mes de octubre y que por estar afiliados a la Cámara Provincial de Turismo (entidad que desea que el sector turístico se desarrolle), el único costo que la empresa absorbería es el de la decoración del stand de Las Tareas, los costos de alquiler del espacio en el evento serán subsidiados por CEPTUR.
- Campeonatos deportivos: Se realizarán en los meses de febrero, marzo y abril de cada año, como lo muestra el Cuadro 11. No se cobrará inscripción para concursar. Habrá un máximo de 15 equipos y los premios serán paquetes turísticos de cortesía en las instalaciones de Las Tareas; además se contará con el auspicio de empresas de bebidas alcohólicas y gaseosas.
- Se colocará una valla publicitaria en el desvío de la carretera a Chanduy, como se muestra en el Anexo 3, para que los turistas que transiten por la zona conozcan donde se encuentra Las Tareas.
- Se harán inversiones en trifolios, para que estén a disposición de los turistas en las Cámaras y Ministerios de turismo y en otros sitios turísticos.
- Se invertirá en publicidad en revistas especializadas de turismo.

Esta inversión de la publicidad será muy flexible; mientras se da el proceso de crecimiento de la empresa, se medirá el impacto de cada publicidad o propaganda mediante la realización de pequeños cuestionarios a los clientes que asistan al centro, con preguntas como por ejemplo, ¿cómo se enteró de Las Tareas?, y así poder implementar un sistema de monitoreo para poder evaluar la designación de mayor cantidad recursos económicos en aquellas estrategias que sean más eficaces.

4.4.1.2 Servicios

El Grupo Zea es propietario de dos sociedades anónimas que están situadas en la zona costera del Ecuador, un pequeño balneario llamado Chanduy. Esta sociedad está dividida varias empresa, una de ellas, Las Tareas S.A., que es una hacienda situada a un kilómetro de la parroquia de Chanduy, en esta se concentra la producción lechera y es donde se realizará un hotel que tenga todas las comodidades rústico-confortables, decoradas de tal manera que exista una mezcla de playa, cultura y campo (sector agropecuario). Lo que se quiere lograr, es que el cliente se sienta como en casa en un ambiente natural, rodeado de animales de granja, tenga a pocos km. tenga acceso a la playa y posea otras demás opciones para su diversión en familia o en grupos de amigos.

Las actividades a realizar serán:

- Alojamiento (Rústico-confortable/folklórico tradicional)
- Alimentación y bebidas
- Actividades comunes
 - Ordeño de vacas

- o Canchas deportivas
 - o Fogatas nocturnas
 - o Karaoke
- o Actividades especiales
- o Playeras (Enero-Abril)
 - o Torneo de kayaking
 - o Torneo volley playero
 - o Torneo
- o Avistamiento de delfines (Jun-Sep)
- o Deportes extremos
 - o Bicicleta de montaña
 - o Kayaquismo
 - o Bicicross
- o Actividades culturales
 - o Visita Museo Real Alto
 - o Visita a albarradas de la zona
 - o Etnoturismo
 - Hacer manualidades con artesanos
 - Familiarización actividades hogareñas
 - Involucramiento con actividades pesqueras

Para familias, grupos de amigos, agrupaciones varias y empelados de empresas, se han diseñado diferentes paquetes turísticos, donde lo único que se realizó fue agrupar todos los servicios y venderlos en conjunto. Los precios varían dependiendo de la temporada y tipo de habitación, como se muestra en el Cuadro 16.

4.4.1.3 Plaza

Se realizará propagandas en guías de destinos turísticos del Ecuador. Este no tendrá ningún costo debido a que las personas que redactan este tipo de publicaciones, simplemente incluyen hoteles y sitios turísticos que a su criterio creen que son buenos lugares para realizar turismo. La ventaja, es que se tiene el contacto directo con un de las personas que realizan este tipo, Mijael Rastner.

Se negociará con tour operadores, los cuales realizan publicidad a cambio de un porcentaje de ganancia por cada cliente que visite los lugares turísticos que hayan sido referenciados por estas empresas.

4.4.1.4

Precio

Cuadro 13. Precio de las habitaciones por tipo y temporada

PRECIOS DE LAS HABITACIONES POR TIPO Y TEMPORADA			
Tipos de Habitaciones	Porcentajes hospedaje	Temporada baja (precio)	Temporada alta (precio)
Sencilla	13%	\$ 25	\$ 30
Doble	16%	\$ 32	\$ 38
Triple	71%	\$ 42	\$ 48

Como se aprecia en el cuadro anterior, los precios han sido asignados dependiendo el tipo de habitación y la temporada de playa con base en el costo de estándar por habitación que se mostrará a continuación en el siguiente cuadro:

Cuadro 14. Costos estándar por tipo de habitación

Costos estándar por habitación	
Tipo de habitación	Total
Simple	13.82
Doble	15.80
Triple	17.79

*Para ver los detalles de los costos por habitación, véase el Anexo 5

Para el cálculo de los costos estándar se tomó en cuenta el gasto por papelería por habitación, consumo de luz, costo de agua para aseo personal, consumo de hielo y agua para beber, lavandería y artículos de limpiezas tanto como para uso personal como para uso de las habitaciones.

Los precios de restaurante y de servicios varios se detallan a continuación:

Cuadro 15. Precios de servicios de restaurante y otros servicios

Restaurante	Precio
Comidas	\$ 3.00
Bebidas alcohólicas	\$ 1.50
Bebidas gaseosas	\$ 0.60
Bebidas refrescantes	\$ 0.60
Otros servicios	Precios
Alquiler de Lancha	\$ 8.00
Costo de museo	\$ 0.50
Bicicleta	\$ 5.00
Kayaks	\$ 5.00

El único servicio que no será pagado por el cliente es el de la visita al Museo Antropológico Real Alto, ya que este costo será absorbido por Las Tareas para todas las personas que se hospeden en sus instalaciones.

Cuadro 16. Precios por paquetes turísticos

Concepto	PRECIO POR PAQUETE TURÍSTICO INDIVIDUAL DOS DÍAS/DOS NOCHES					
	Habitación Simple		Habitación Doble		Habitación Triple	
	Temporada Baja	Temporada Alta	Temporada Baja	Temporada Alta	Temporada Baja	Temporada Alta
Habitación	\$ 50	\$ 60	\$ 32	\$ 38	\$ 28	\$ 32
Bicicleta	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5
Kayak	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5
Comida	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18
Bebidas	\$ 4	\$ 4	\$ 4	\$ 4	\$ 4	\$ 4
Total	\$ 82	\$ 92	\$ 64	\$ 70	\$ 60	\$ 64

4.4.2 Estrategia de Venta

Actualmente está negociado con un grupo de personas que asistirán Las Tareas como parte de una prueba piloto. Existe un compromiso de parte de ellos donde deberán pagar el 50% de los costos de hospedaje con 2 días de anticipación, el resto del dinero será pagado el momento de llegar al hotel.

Se estará promocionando por medio de trifolios a Las Tareas y se realizarán descuentos hasta del 10% en caso de grupos que deseen realizar un viaje a las instalaciones de Las Tareas, dependiendo de la capacidad de negociación del cliente.

Uno de los nichos de mercado que a mediano se tratará de abarcar en los siguientes años, es el de los turistas extranjeros, debido a la creciente cantidad de los mismos que año a año ingresan al Ecuador y se llegará a tener contacto con ellos mediante la promoción del centro turístico Las Tareas con agencias de viajes, páginas web y guías turísticas (debido a que los dueños de la empresa tienen contactos con profesionales que se dedican a escribir estos tipos de promoción turística en el país).

El negocio ubicado en Chanduy, provincia del Guayas, Ecuador; captará personas provenientes de la ciudad Guayaquil, perteneciente a la misma provincia, y se aprovechará la temporada de playa que inicia a fines de diciembre y concluye a fines del mes abril para ofrecer sus servicios como centro turístico.

4.4.3 Caracterización del Mercado Meta

Los servicios de Las Tareas va enfocado a un mercado no pobre de gente que oscila entre los 21 y 40 años de edad, con ingresos mensuales mayores de \$501, que prefieren salir a sitios turísticos en familia, parejas o grupos de amigos para relajarse, recrearse y disfrutar de actividades playeras, culturales y practicar deportes extremos en sitios donde las instalaciones estén decoradas de forma rústica, folklórica, tradicional.

4.4.4 Políticas de Servicios

Para prestar servicios a los clientes se tendrán las siguientes políticas:

- o Se cobrará el 50% del precio del servicio de hospedaje con dos días de anticipación, y el resto el día de la llegada de los clientes.
- o Los servicios brindados del restaurante en La Cabaña no incluyen atención las 24 horas del día.
- o Se brindará seguridad al cliente las 24 horas del día.
- o El paquete de hospedaje incluye visitas al Museo Arqueológico Real Alto de Chanduy, las demás actividades de recreación y la alimentación son opcionales a los clientes y tendrán su costo por separado.
- o Check out será a las 11 a.m.
- o Se reserva el derecho de admisión a Las Tareas.
- o Se expulsará a cualquier persona que realice actos indebidos e inmorales dentro de cualquiera de las instalaciones del Grupo Zea.

4.4.5 Estrategia de Entrada y Crecimiento

El negocio es de tipo diferenciado, se realizarán eventos playeros dentro de las instalaciones, presentaciones de grupos locales en vivo, karaoke, música, campeonatos de futbolito y volley.

A medida vaya creciendo el negocio, se estarán incursionando con más atractivos turísticos como son mayor cantidad de deportes extremos adicionales a los ya establecidos, ya que es una atracción muy importante para los jóvenes turistas guayaquileños y extranjeros.

El proyecto tiene tres fases de inversión para su crecimiento a lo largo de 5 años y estará dividido de la siguiente manera:

Fase I

Empezará en enero del 2006, con servicios de hospedaje, restaurante, eventos musicales, torneos deportivos playeros, avistamiento de delfines y actividades culturales. El mercado meta será gente de Guayaquil, debido a que el mayor flujo de turistas a las costas del Guayas, pertenecen a esta ciudad.

La decoración de las habitaciones será una mezcla de rústico, folklorismo y tradicionalismo, ya que son atractivas para las personas que estarán hospedadas, por ende, la clave está en la decoración de las instalaciones, con flores tropicales, artesanías, arreglos culturales y demás, es por eso que se invertirá mucho en la decoración de las habitaciones.

Para conocer más sobre los servicios en la Fase I, revisar el análisis técnico.

Fase II

Esta fase se la implementará 5 años después haber comenzado el proyecto, dependiendo del desempeño del negocio se invertirá en más habitaciones además de empezar a prestar servicios de otros deportes extremos como, parapente⁷, buceo, paintball⁸, entre otros.

Además se realizarán inversiones en:

- o Mariposario: aparte de servir como atractivo turístico, lo que se pretende es obtener ingresos adicionales como en la exportación de capullos para seda o para utilización de mariposas en matrimonios (costumbres americanas y europeas) y comercialización de mariposas disecadas enmarcadas.
- o Museo de insectos disecados: donde se tendrá en exposición insectos de la zona y de otros sitios sean del país o de otros países. También se venderán insectos disecados
- o Lotificación de terreno: esto con el propósito de vender lotes de terrenos para la construcción de casas.
- o Viveros de orquídeas y plantas medicinales.

4.5 PLANEACION ESTRATÉGICA

4.5.1 Análisis del turismo en el Ecuador.

En los últimos años, el turismo ha venido representando una valiosa parte económica y social en el Ecuador. Este país tiene una gran cantidad de recursos turísticos, aunque no se ha sabido desarrollar adecuadamente por la prioridad de ser un país petrolero a ser un país turístico; el gobierno tampoco se ha encargado de dar preferencias o incentivos para que las empresas incursionen en el rubro del turismo sino hasta hace muy poco tiempo, es por eso que este negocio poco a poco ha ido creciendo hasta convertirse en el tercer ingreso al producto interno bruto según el Banco Central del Ecuador (Anexo 2) con un total 406,4 millones de dólares en el 2003.

El Anexo 10 muestra el crecimiento del flujo entrante de turistas extranjeros en el Ecuador; basado en lo anterior, se puede inferir que existe una necesidad de crear mayor cantidad oferta turística para un mercado potencial en aumento y así permitir mayor ingreso de divisas por este sector que es de muy rápido crecimiento.

El Anexo 11 demuestra el flujo saliente de ecuatorianos a otros países por concepto de turismo. El Ecuador ha incrementado en los últimos años su oferta turística y en la actualidad existe gran cantidad de sitios de este sector, sin embargo la salida de ecuatorianos a otros países en busca de este tipo de servicios se ha incrementado en los últimos años teniendo una alza de 1% en el 2004.

⁷ Parapente: Paracaidismo de pendiente diferenciado por el uso de un motor como propulsor denominado paramotor.

⁸ Paintball: Juego de estrategias de guerra en el cual se utilizan armas de municiones de pintura.

4.5.2 Misión

Mejorar las condiciones de vida de los habitantes de la costa de Chanduy, Ecuador, mediante la explotación sostenible tanto de recursos culturales como naturales, ayudando al crecimiento turístico rural en la zona para así satisfacer a turistas.

4.5.3 Visión

Ser el mejor centro turístico alternativo con excelentes servicios de calidad, gran variedad de opciones de entretenimiento y con mayor innovación en la costa del Ecuador.

4.5.4 Intento estratégico

Nuestra misión y visión consisten en hacer de Chanduy el lugar con mayor cantidad de turistas en el Ecuador, explotando sus recursos sosteniblemente ya sean culturales, naturales y humanos para un desarrollo económico en la zona y el país. Estaremos logrando nuestra misión al:

- o Hacer de Las Tareas el lugar con mayor cantidad de opciones de entretenimiento turístico alternativo en el Ecuador.
- o Regirse por una administración de la calidad total en todos los procesos para brindar excelentes servicios a los turistas.
- o Tener un flujo constante de clientes de todas las partes del mundo.
- o Incursionar en las bienes raíces a largo, empezando con la lotificación de terrenos y el diseño de casas y apartamentos dentro de las instalaciones de Las Tareas.

4.5.5 Análisis de las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas del proyecto.

4.5.5.1 Fortalezas

1. Accesibilidad a la playa, la producción agropecuaria, y lugares culturales en un solo lugar.
2. Accesibilidad y bajo costo de mariscos como materia prima para brindar servicios de restaurante.
3. Chanduy es Patrimonio Ancestral de la Tecnología Hidráulica, por las albarradas que fueron construidos por antiguas civilizaciones en esta zona y que han sido estudiadas por la Escuela Politécnica del Litoral con ayuda de la NASA a nivel de toda la costa del Guayas.
4. Existe espacio inutilizado en las instalaciones de la hacienda.

5. El Grupo Zea posee las instalaciones para prestar los servicios de turismo, por lo que no se necesitará inversión en instalaciones para empezar con el negocio.
6. Existen las facilidades para la práctica de deportes extremos como bicicleta de montaña, parapente, kayak, buceo, entre otros.
7. Dentro de las instalaciones está ubicada una albarrada.
8. Facilidad para el préstamo de servicios para el avistamiento de delfines en las aguas marinas de Chanduy.
9. A menos de 2 km. de Chanduy, está ubicado el museo Real Alto, donde se exhiben arqueologías de las Cultura Valdivia, civilización que data de 4000 años antes de Cristo, siendo una de las civilizaciones más representativas del Ecuador por su agroalfarería (estatuillas de barro) y costumbres.

4.5.5.2 Oportunidades

1. La Hacienda Las Tareas tiene la oportunidad de crecer rápidamente en este rubro, debido a que no existe ningún proyecto de este tipo (por el momento) en la zona costera de la Península del Guayas, y el mercado va a estar enfocado a los trabajadores de empresas o grupos de personas (estratos sociales no pobres) que quieran recibir los servicios de turismo que se ofrecen.
2. Los turistas extranjeros son un mercado muy atractivo, debido a que ellos son atraídos por el turismo cultural y deportes extremos.
3. Incentivos al desarrollo turístico por parte de la Cámara Provincial de Turismo del Guayas (CEPTUR) en los últimos años.
4. El 11 de octubre Ecuador lanzó su primera campaña publicitaria en EE.UU. para atraer visitantes de Norteamérica.
5. La revista National Geographic Adventure en una de sus publicaciones ubicó al Ecuador dentro de los diez mejores destinos del mundo para hacer turismo de aventura en el 2006.
6. Ecuador recibió un reconocimiento internacional, por parte de los organizadores de la Feria ITB que se desarrolla en Berlín-Alemania, por su excelente práctica en el turismo sostenible (Ministerio de turismo, 2005).

4.5.5.3 Debilidades

1. Existe mucha afluencia de turistas por la carretera principal Guayaquil- Ruta del sol, pero no ingresan hacia Chanduy, por donde se debe tomar un desvío por una carretera secundaria.
2. El agua potable en la zona es limitada.
3. Por ser un lugar a 110 km. de Guayaquil y 41 km. de Salinas, los días entre semana no habría mucha afluencia de turistas.
4. Carencia de capital para hacer inversiones.
5. Tasas de interés para préstamos muy elevadas.

4.5.5.4 Amenazas

1. En el transcurso de la carretera Guayaquil-Chanduy, existen muchos restaurantes de comida típica y varios de ellos ofrecen turismo alternativo como cabalgatas, paseos entre flora y fauna, pesca entre otras. A pesar de que su enfoque es distinto al de la Hacienda Las Tareas, podrían estos pequeños lugares tratar de incursionar en este rubro, dándole valor agregado a sus servicios.
2. Como el centro turístico está ubicado a 2 km. del museo, una de las amenazas sería hacer publicidad a Chanduy y que en lugares más cercanos al museo aprovechen y entren en este tipo de rubro de turismo quitándole mercado a Las Tareas.
3. Inestabilidad política del país.

4.5.6 Intersección de las debilidades, oportunidades, fortalezas, y amenazas del proyecto.

Para el análisis de la matriz DOFA, se propondrán las siguientes estrategias:

4.5.6.1 Fortalezas y Oportunidades

(1-1) Desarrollo de paquetes turísticos para grupos de personas, grupos de familias, clubes y/o empresas donde se les ofrezca visita a lugares culturales aledaños a la zona. Para ello será necesario negociar con los administradores de lugares como el museo Real Alto.

(4-3) Desarrollo de un plan de expansión de infraestructura como una segunda fase en el proyecto (referirse a las estrategias de entrada y crecimiento) en las instalaciones de la hacienda, con el apoyo de la CEPTUR, con el fin de adquirir beneficios municipales y financiamiento para el proyecto.

(6-5) Incentivar la promoción de deportes extremos en Chanduy. Esto mediante la realización de torneos con la ayuda de grupos deportivos como ciclistas, buceadores, kayakistas, entre otros.

(8-2) Asociarse con agencias de viaje para promover el avistamiento de delfines, turismo de aventura y el etnoturismo como parte de un atractivo turístico para extranjeros.

4.5.6.2 Debilidades y Amenazas

Analizando DA, para poder contrarrestar sus efectos se realizará lo siguiente:

(1-1) Promocionar Las Tareas para atraer mayor cantidad de personas con los atractivos turísticos diferenciados para relajarse, recrearse y divertirse con actividades como deportes extremos, avistamiento de delfines y actividades

culturales y captar mercados meta diferentes de los competidores potenciales, ya que abarca diferentes opciones de turismo en un solo lugar.

(1-2) Asociarse con los lugares turísticos más cercanos, para se puedan publicitar ambas sitios conjuntamente.

4.5.6.3 Fortalezas y amenazas

(1-2) Diferenciar los servicios con respecto a la competencia potencial mediante estudios de mercado para conocer patrones de preferencias de los clientes.

(6-1) Negociar con los restaurantes y lugares turísticos que se encuentran ubicados en el transcurso de la carretera Guayaquil-Ruta del Sol, para que estos lugares promocionen las visitas a Chanduy y a su vez, Las Tareas pueda promocionar sus negocios.

4.5.6.4 Debilidades y Oportunidades

(1-3) Aprovechar los incentivos de la CEPTUR para realizar promoción a los turistas internos (ferias turísticas, publicidad on line, trífolios, exoneración de impuestos) con respecto a lugares de turismo alternativo dándole apoyo al desarrollo rural de la zona.

(4-4) Aprovechar las promociones de turismo del Ecuador en el extranjero para que al haber mayor cantidad de turistas, se pueda captar más turistas anualmente.

4.5.7. Análisis del diamante de las cinco fuerzas de Michael Porter

4.5.7.1 Capacidad de negociación de los Proveedores

o Proveedores de bebidas gaseosas y alcohólicas:

Cervezas: Cervecería Nacional y Ambev

Licores: ZHUMIR, CRISTAL, BACARDI

Gaseosas: COCA COLA, BIG COLA, PEPSI, PROFIT

Las Tareas tiene la capacidad de negociación con estos proveedores, debido a que se puede escoger los productos dependiendo las promociones y facilidades de pago que se trancen con dichos distribuidores.

o Proveedores de pescados y mariscos:

La actividad económica de Chanduy es la pesca artesanal, por ende existen muchos pescadores y el poder de negociación de ellos es muy bajo, ya que hay gran cantidad de oferta de mariscos en la zona.

o Proveedores de artículos de limpieza y de canasta básica:

Estos productos serán comprados en los diferentes locales que existen en La Libertad, lugar que está situado a 30 km. de Chanduy y se caracteriza por ser una parroquia de comercio. Existen muchos distribuidores mayoristas que pueden proveer de este tipo de productos tanto para la limpieza del hotel y el restaurante, como para la comida que se venderá. De la misma manera, el poder negociador no es tan fuerte debido a que la empresa puede escoger los proveedores que mejor le convengan.

o Proveedores de Servicios:

Museo Real Alto: es un museo con arqueologías encontradas en la zona de culturas que datan 4000 a. c. El poder negociador de este lugar es bajo debido a que la mayoría de sus visitantes son estudiantes universitarios y arqueólogos, por ende no llegan muchos turistas y dependerían de los clientes de Las Tareas para obtener mayor cantidad de afluencia de personas en sus instalaciones.

Lanchas: las pangas, llamadas así comúnmente por los habitantes de Chanduy a las pequeñas lanchas, serían utilizadas para realizar los avistamientos de delfines de junio a septiembre. Ya que en el sector existen muchos pescadores artesanales que poseen sus propias pangas, tienen poco poder negociador.

4.5.7.2 Capacidad de negociación de los Compradores

Guayaquil es la capital económica del país, existe mucho comercio y el poder de compra es relativamente fuerte en el mercado meta al que el proyecto se va a enfocar. Sin embargo existen muy pocas ofertas turísticas de este tipo y por tradición en temporada de playa la gente generalmente está acostumbrada a realizar viajes a los balnearios más cercanos y intercambiar su dinero por servicios vacacionales.

La capacidad de negociación de los compradores es muy fuerte, debido a que ellos tienen gran cantidad de opciones de turismo, además de que ellos son los que eligen la calidad del servicio y si en un caso no estarían satisfechos, tienen el poder de elegir otros lugares.

4.5.7.3 Disponibilidad y amenaza de Servicios Sustitutos

Los servicios sustitutos son un principal problema debido a la creciente tendencia del turismo en el Ecuador, a los incentivos que los municipios están otorgando en las diferentes provincias a sus habitantes y a los financiamientos que se han incrementado por la creación de este tipo de proyectos.

La oferta de otros tipos de turismo en el Ecuador va en aumento, por lo tanto el turista tiene más opciones para escoger, aunque esto aplica más al turista extranjero, ya que la población de Guayaquil suele viajar frecuentemente a las playas por tradición y no a otras partes del país según las encuestas del estudio de mercado.

El Ecuador está dividido en cuatro regiones (costa, sierra, oriente, región insular) las mismas que están estructuradas por una gran variedad de culturas, biodiversidad, recursos naturales y diferentes tipos de turismo.

Entre las diferentes ofertas turísticas que se ofrecen en el Ecuador, según el Ministerio de Turismo están:

- o Andinismo
- o Ciclismo
- o Observación de aves
- o Rafting
- o Voluntariado
- o Bungee jumping
- o Camping

Estas y otras actividades pueden ser sustitutas a mediano plazo.

4.5.7.4 Amenaza de nuevos ingresos (competidores potenciales)

Con las tendencias alcistas de las estadísticas en cuanto a turismo se refiere, existe gran probabilidad que exista amenaza por competidores que ingresen en el mercado, debido a que:

- o Los ministerios municipales de turismo están impulsando este tipo de proyectos
- o Según el Organización Mundial de Turismo (2005), el turismo se ha consolidado como la principal actividad económica de muchos países y el sector de más rápido crecimiento en términos de ingresos de divisas y creación de empleo.
- o Por la riqueza costera que tienen las playas de la zona sureste del país.
- o Potencial turístico de la Península de Santa Elena en cuanto a turismo convencional y turismo alternativo.

4.5.7.5 Rivalidad de los competidores actuales

La competencia más cercana es Salinas, ya que en este balneario también existen las ofertas turísticas de que ofrece Las Tareas. Sin embargo, no existe mucha rivalidad, debido a que en Salinas se ofrecen todas estas opciones por separado para la gente que busca turismo otro tipo de turismo, más no un turismo alternativo en el cuál se enfoque en el uso sostenible de los recursos.

En Chanduy existe un solo hostel donde la gente foránea se hospeda, pero no es una competencia directa, debido a que el mercado meta de este proyecto es diferente. De la misma manera hay pocas opciones de restaurantes que son

normalmente de tipo informal, habiendo poca rivalidad entre los sitios ubicados en Chanduy y Las Tareas.

4.5.7.6 Competencia y Ventajas Competitivas

Cuadro 17. Capacidad de los establecimientos de alojamiento de las ciudades de Quito, Guayaquil y Cuenca.

CIUDAD	LUGO			PRIMERA			SEGUNDA			TERCERA			CUARTA			TOTAL		
	Nº	HAB	PLAZ	Nº	HAB	PLAZ	Nº	HAB	PLAZ	Nº	HAB	PLAZ	Nº	HAB	PLAZ	Nº	HAB	PLAZ
QUITO	9	1,663	3,188	79	2,050	4,366	121	2,525	5,348	180	3,026	6,143	3	117	203	392	9,381	19,248
GUAYAQUIL	8	1,245	2,623	25	1,182	2,391	53	1,747	3,578	76	1,829	3,573	7	252	458	169	6,256	12,623
CUENCA	2	170	346	43	1,031	2,211	28	610	1,284	35	666	1,387				108	2,487	5,228

Fuente: Censo de Servicios Turísticos - MT 2004

Según los datos del Cuadro 8, Guayaquil tiene un total de 169 establecimientos de alojamientos clasificados por categorías de calidad de servicios.

En el Guayas, provincia del Ecuador, existen 16 balnearios, pero tan sólo tres son los lugares de mayor tránsito de turistas que viajan desde Guayaquil.

Salinas, Playas y Montañita son playas donde existen distintas opciones de diversión. Estos balnearios brindan rica gastronomía basada en todo tipo de mariscos. Salinas, la más desarrollada turísticamente se muestra con su aspecto moderno y buenas condiciones hoteleras. Este lugar es ideal para la práctica de algunos deportes como el jet ski, tabla vela, buceo y pesca deportiva de profundidad. A 15 Km. de Salinas, Punta Blanca ofrece también opciones para la realización de algunos deportes náuticos. Punta Carnero es conocida internacionalmente por la pesca deportiva. En Montañita, en cambio, las olas permiten que sus visitantes practiquen el surf. En esta hermosa playa coinciden durante todo el año, turistas nacionales y extranjeros apasionados por este deporte. En Manglaralto, también es posible ejercitar algunos deportes y la pesca. Allí existen laboratorios de larva de camarón.

Existen otros sitios de turismo cultural como es el caso de Valdivia, un lugar rico en artesanías y estatuillas de la cultura del mismo nombre, una de las más representativas del Ecuador por ser una de las pioneras en Latinoamérica por la agroalfarería.

Normalmente en todos estos lugares por tener un mayor desarrollo turístico, los precios de los hoteles y actividades son elevados; no se estará compitiendo directamente con el sector turístico de estas playas, debido a que este negocio va dirigido a un mercado que quiere disfrutar de experiencias similares con la ventaja de tener otras opciones diferentes a las tradicionales, por lo que realmente es un mercado meta diferente. La cantidad de personas que se necesita atraer para tener lleno el hotel representa el 0.006% (menos de 1%) de las 400000 personas que viajaron desde Guayaquil a las playas durante el feriado de semana santa. Lamentablemente todos estos lugares en temporada playera pasan saturadas de turistas.

La ventaja competitiva de Las Tareas radica en aprovechar los recursos que posee Chanduy: historia, cultura, balnearios, campo, museo, instalaciones, deportes extremos, todo en un solo lugar y en un solo paquete turístico, a diferencia de otros balnearios que poseen estos recursos, no canalizan estas actividades para permitirle a los clientes disfrutar con servicios de calidad.

Con los servicios que se ofrecen en este centro turístico, se captará gente que desea pasar con su familia, pareja o amigos, que quieran hospedarse en un hotel cerca de la playa con un estilo diferente al de todos los demás lugares antes mencionados y que además tengan opciones de diversión sin aglutinamientos excesivos de gente.

4.5.8 Benchmarking a sitios turísticos hondureños

Se realizó un benchmarking de sitios turísticos de honduras. Los viajes realizados tuvieron los siguientes propósitos:

- Visitar destinos turísticos para poder conocer el funcionamiento de los negocios, tomar en cuenta los detalles de los hoteles y centros turísticos, establecer cuáles son aplicables en Las Tareas y estudiar su factibilidad a mediano plazo.
- Conocer cuáles fueron las limitantes más relevantes mientras empezaban el negocio.

A continuación se enlistará por sitio visitado los puntos más relevantes de los viajes que se realizaron:

En Valle de Ángeles:

- La Florida
 - La madera de las mesas con nudos
 - Tejas de barro con techo inclinado
 - Paredes con repello rústico (con formas irregulares)
 - Colores pasteles en las paredes
 - Sillas con estilo antiguo (un tabla de madera como asentadera y metal muy fino en las patas y respaldar).
 - Juegos infantiles con las puntas redondeas para la seguridad de los niños.
 - Publicidad de productos y/o servicios en las camisetas de las personas que atienden a los clientes.

En Santa Lucía:

- Habitaciones con camas sencillas y frazadas con tejidos típicos.
- Cuadros con paisajes de naturaleza.
- Colores pasteles en las paredes
- Sillas-columpios
- Artículos antiguos como máquinas de escribir, panchas a carbón, puertas dobles con cerraduras muy antiguas.

- Estructuras rústicas de madera con corteza.
- Crianza de animales domésticos para la venta (conejos).

En Copán Ruinas:

o Udo's Hotel

- Jardín central con artículos antiguos.
- Hamaca por cada dos cuartos. (entre ambos cuartos)
- Estructuras de cemento en vez de veladores de madera en las habitaciones.
- Pequeña biblioteca (estante con libros) con mecedoras al aire libre para que los huéspedes disfruten de su lectura.
- Restaurante al aire libre y con velas por la noche.
- Accesorios viejos en las paredes (sombreros, azafates, etc.)
- En las puertas de las habitaciones la numeración maya.
- Espacio en la parte de la terraza con sillas plegables para tomar sol con una ducha.

o Hacienda El Jaral:

- Puentes de cemento sobre laguna con estructura muy parecida a la de la madera.
- Lotificación para la venta de terrenos y construcción de casas.
- Museo de la vaca con una colección de muñecos de vacas, premios y trofeos de ganadería, venta de souvenirs de vacas, artículos antiguos como cocinas y toca discos, sillas y mesas pintadas como vacas holstein, etc.
- Posición de las habitaciones (cabañas) con un espacio en el centro de todas estas para la diversión familiar.
- Cuarto de juegos con mesas de billar, cartas, parchéese, ajedrez, monopolio, etc (los juegos de mesa son colocados en el centro de las mesas con un vidrio encima para evitar su deterioro y/o pérdida).
- Estructuras de cemento de estelas mayas y Altar Q.
- Sendero entre jardines con el camino de piedra.
- Lámparas artesanales en las habitaciones del hotel.
- Los retretes de los baños de las habitaciones tienen una etiqueta que dice "ASEADO", esto se lo coloca cada vez que el servicio higiénico ha sido limpiado.

o Mariposario y Orquidiario:

- Estructuras de piedra dentro del mariposario para mojar toda la superficie y simular un clima húmedo.
- Madera curada en la estructura para evitar el deterioro por termitas.
- Catálogos de cada una de las especies de mariposas y orquídeas con numeración (para las orquídeas).

Plantas tropicales dentro del mariposario para la supervivencia de las mariposas y crear el ambiente adecuado para las mismas.

Otro punto importante de esta investigación es la principal limitante que tuvieron estos lugares turísticos para desarrollarse, la cual en todos los lugares visitados fue la publicidad cuando recién se establecieron. En la actualidad se promocionan en páginas amarillas de guía telefónicas, trífolios que se expenden en lugares turísticos y Ministerios de turismo, prensa, entre otras.

4.6 ANÁLISIS TÉCNICO

4.6.1 Atracciones y actividades turísticas

Las atracciones que brinda Chanduy son varias, como por ejemplo sus playas, donde al final de esta existe un estero donde se puede practicar kayaquismo. De la misma manera a dos kilómetros de Las Tareas se encuentra ubicado el Museo Antropológico Real Alto, el mismo que alberga un sin número de reliquias de las cultura Valdivia (4000 a.c.), una de las más representativas de la zona y del país, por ser de las primeras civilizaciones en trabajar con agroalfarería en Latinoamérica, además de que Chanduy fue denominado Patrimonio Ancestral de la Tecnología Hidráulica, por sus albarradas, diques utilizados por antiguos aborígenes para contrarrestar los efectos del fenómeno del niño y para almacenar agua subterránea para tener con qué regar sus cultivos en época seca.

Las atracciones:

- o Deportes extremos
 - o Bicicleta de montaña: Estarán disponibles 10 bicicletas para adultos y 5 para niños, así los clientes tendrán la oportunidad de recorrer rutas en las zonas aledañas de la hacienda.
 - o Kayaquismo: Se contará con 10 kayaks para su alquiler.
 - o Bicicross: Para esta sección de deportes extremos no se invertirá ni alquilarán bicicletas, únicamente las instalaciones estarán disponibles para que las personas que practiquen este deporte puedan llevar su propio equipo y puedan utilizar la pista.
- o Actividades comunes
 - o Ordeño de vacas
 - o Fogatas nocturnas
 - o Eventos musicales y torneos de deportes
 - o Avistamiento de delfines (Jun-Sep)
- o Actividades culturales
 - o Visita Museo Real Alto
 - o Visita a albarradas de la zona
 - o Etnoturismo

4.6.2 Alojamiento

Las Tareas contará con diecinueve habitaciones de cuatro metros cuadrados cada una, las cuales estarán decoradas con artesanías, artículos autóctonos de las costas como conchas, crustáceos disecados, caracoles y con adornos que den referencia a la Cultura Valdivia.

Cada habitación cuenta con la infraestructura básica, las cuales son detalladas a continuación:

- o Dos habitaciones simples con camas de dos plazas.
- o Cuatro habitaciones dobles con dos camas de dos plazas cada una.
- o Trece habitaciones triples con tres camas de una plaza y media cada una.
- o Baño privado con duchas con agua caliente y servicios sanitarios
- o Mesa de noche
- o Dos lámpara guindantes artesanales
- o Alfombra artesanal
- o Ventilador de cielo
- o Teléfono de línea interna del hotel

Las habitaciones no contarán con televisión por dos motivos:

1. Se quiere lograr que los huéspedes disfruten durante todo el día de las instalaciones del lugar y sus actividades.
2. La señal televisiva nacional en el sector no es de calidad.

Cuadro 18. Capacidad de Carga Diaria

NÚMERO DE HUÉSPEDES POR DÍA Y TIPO DE HABITACIÓN			
<i>Tipo de Habitación</i>	<i>Número de Habitaciones</i>	<i>Huéspedes por Habitación</i>	<i>Total de huéspedes por día</i>
Simples	2	1	2
Dobles	4	2	8
Triples	13	3	39
Totales	19		49

4.6.3 Servicios turísticos

Los huéspedes podrán disfrutar del restaurante que estará disponible en el hotel, donde se venderán gaseosas, bebidas naturales, bebidas alcohólicas y comida. Adicionalmente, cada servicio pedido será recargado con un costo adicional excepto la visita al Museo Antropológico Real Alto que estará incluido en el precio de la habitación.

Los huéspedes podrán hacer uso de las instalaciones deportivas y de entretenimiento sin recargo monetario, las mismas se detallan a continuación:

- o Cancha de futbolito de césped
- o Cancha de volley de arena
- o Piscina/jacuzzi
- o Pista de bicicross

- o Establo ganadero donde se ordeñan a las vacas en dos jornadas (de 4:30 a.m. a 6:15 a.m. y de 2:30 p.m. a 4:15 p.m.)
- o Mesa de ping pong
- o Juegos infantiles (resbaladeras, sube y baja, columpios y demás)

Existirán otros servicios turísticos adicionales que tendrán un recargo monetario adicional por hora o fracción de hora:

- o Alquiler de bicicletas de montaña
- o Ruta de avistamiento de delfines (solo de junio a septiembre)
- o Alquiler de kayaks

Por las noches se realizarán actividades para entretener a los turistas que estén hospedados o que lleguen a consumir en el restaurante:

- o Fogatas
- o Karaoke
- o Avistamiento de juegos artificiales artesanales hechos por los pobladores de la zona

Se realizarán eventos extraordinarios para atraer turistas en temporada de playa, que es la época cuando más viajan los turistas guayaquileños a las playas:

- o Torneo de volley
- o Torneo de bicicross
- o Torneo de kayak
- o Eventos musicales con bandas en vivo

Se realizarán actividades culturales que no tendrán costo alguno para los turistas y se explicará todo acerca de la riqueza cultural que Chanduy posee; estas actividades comprenden:

- o Visitas a Museo Antropológico Real Alto
- o Visita a albarradas de la zona (ecoarqueología)
- o Fotografía rural
- o Etnoturismo: habrán artesanos de la zona enseñando cómo hacer manualidades a niños y adultos

4.5.7.5 Transporte

La empresa no proveerá servicios de transporte, por lo que las personas visitantes deberán viajar por su propios medios ya sea en sus vehículos particulares o en transporte público. Existen empresas como CLP y FIFA que prestan servicios de transporte desde Guayaquil hasta las playas de la península por un costo que oscila entre los \$2 y \$3.50.

4.6.5 Servicios básicos

Las instalaciones poseen los servicios básicos que se deben tener, los cuales son:

- o Abastecimiento higiénico de agua
- o Electricidad
- o Servicios sanitarios
- o Telecomunicaciones
- o Restaurante
- o Gestión eficiente de desechos

4.6.6 Elementos institucionales

Aunque la mayoría de los empleados que laborarán en Las Tareas tengan un nivel educativo bajo, es importante capacitarlos en cuanto el trato al cliente y cómo prestar servicios de turismo se refiere.

La Cámara Provincial de Turismo año a año realiza capacitaciones para las empresas turísticas afiliadas a esta entidad, por lo que se trabajará conjuntamente con esta entidad sin fines de lucro para capacitar tanto a los empleados como a los pobladores de Chanduy sobre la importancia e impacto económico, ambiental y social del turismo en las comunidades rurales, para así poder fomentar el crecimiento del rubro en la zona y la predisposición de los habitantes para con el turismo. Las capacitaciones para los empleados serán enfocadas al servicio al cliente.

4.7 ANÁLISIS FINANCIERO

4.7.1 Inversiones

Para este proyecto se tomó en cuenta la inversión de 19 habitaciones readecuadas de una forma rústico-confortable, con camas de acuerdo al tipo de habitación si es simple, doble o triple. También se invertirá en bicicletas y kayaks para la práctica de deportes extremos; no se realizará inversiones en cuanto a terrenos por la disponibilidad de los mismos. (véase Anexo 4)

4.7.2 Ingresos

Los ingresos se calcularon con base en el pronóstico de ventas que se realizó con la ayuda de estadísticas de turismo interno de viajes mensuales de turistas a las costas del Guayas desde la ciudad de Guayaquil en el año 2004. Para determinar los ingresos por restaurante y otros servicios (deportes extremos, avistamiento de delfines), se utilizaron datos obtenidos en la encuesta realizada (Véase Cuadro 16).

Cuadro 19. Ingresos por tipo de servicio

Ingresos por Tipo de Servicio		
Hospedaje	Baja	Alta
Simple	\$ 3,531	\$ 4,954
Doble	\$ 5,563	\$ 7,723
Triple	\$ 138,812	\$ 43,287
Total Hospedaje	\$ 147,907	\$ 55,963
Restaurante		Ingresos
Comidas		\$ 38,307
Bebidas alcohólicas		\$ 27,362
Bebidas gaseosas		\$ 8,756
Bebidas refrescantes		\$ 6,567
Total Restaurante		\$ 80,991
Otros servicios		Ingresos
Alquiler de Lancha		\$ 8,235
Costo de museo		\$ 3,040
Bicicleta		\$ 10,641
Kayaks		\$ 9,121
Total Otros Servicios		\$ 31,037
Gran total de ingresos		\$ 315,898

4.7.3 Egresos

Los costos están divididos en costos fijos y variables, los que a su vez están divididos en costos de hospedaje, restaurante y otros servicios como se detalla en el Cuadro 17.

Cuadro 20. Costos y gastos

Egresos	Total
Costos variables	
Costos de habitación	\$ 152,694
Costos Restaurante	\$ 26,450
Costos por servicios varios	\$ 4,008
Costos de Marketing	\$ 16,500
Costos fijos	
Gastos por sueldos	\$ 54,300
Mantenimiento de instalaciones	\$ 4,800
Servicios básicos	\$ 10,800
Egresos totales	\$ 269,552

4.7.4 Tasa de descuento

Se utilizó una tasa de descuento del 15%, aunque en el Ecuador para proyectos turísticos se utiliza 12%, se quiso castigar el proyecto con 3% adicional

4.7.5 Evaluación Financiera

Para determinar la rentabilidad se usó varias medidas financieras como VAN, TIR, Periodo de Recuperación de la Inversión y Relación Beneficio/Costo.

4.7.5.1 VAN

El método del valor presente neto consiste en traer todos los valores del flujo sean positivos o negativos al valor presente. Se considera que es una buen inversión cuando el VAN es positivo; en este caso el VAN es positivo, con un valor de \$166,011.

4.7.5.2 TIR y PRI

Esta tasa significa el rendimiento de la inversión tomando en cuanto el valor del dinero en el tiempo. La TIR normalmente tiende a favorecer a proyectos con baja inversión; la TIR del proyecto es de 146%. El período de retorno de la inversión son 1.26 años.

4.7.5.3 Relación Beneficio/Costo

Para determinar la relación Beneficio/Costo se calculó el valor actual de los costos brutos sobre el valor actual de los ingresos brutos. Esta relación de B/C dice que al invertir \$1 vamos a tener \$1.17 de beneficio.

4.7.5.4 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio ayuda conocer a qué nivel de ventas se debería llegar cubrir todos los costos y no obtener ganancias. Se necesita 21,944.16 personas para llegar al punto de equilibrio.

4.8 ANÁLISIS LEGAL

4.8.1 Implicaciones tributarias

Según el artículo 26 del Ministerio de Turismo, hay exoneración total de los derechos de impuestos que gravan 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 90 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 contemplada en el presente artículo; Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo.

4.8.2 Normas y procedimientos para el préstamo de servicios

Las Tareas es una sociedad anónima constituida desde el 2002 como tal, sin embargo a continuación se detallarán los pasos que se deben seguir para empezar a trabajar como empresa y cuánto tiempo tarda aproximadamente.

Lo primero que se debe hacer es ir a las oficinas de los servicios de rentas internas para constituirse como persona natural, mediante la obtención de RUC, luego se debe coordinar con un juez civil y tramitar una solicitud de matrícula de comercio, que con la que se puede empezar comercializar productos, servicios, entre otras. Luego la empresa debe afiliarse a la cámara de comercio pagando la matrícula de comercio en la municipalidad para luego mediante un notario poder certificar los documentos e inscribirse en el registro mercantil.

Una vez constituido como persona natural jurídica, instalaciones de la empresa deben ser aprobadas para poder empezar la afiliación a cámaras de comercio, turismo, que luego es ingresado a las escrituras públicas con la obtención de un número de expediente.

4.9 ANÁLISIS AMBIENTAL

Para el estudio ambiental del negocio se tomaron en cuenta los siguientes puntos:

o Emisiones efluentes y residuos de la empresa

El mayor contaminante de la empresa, serán los desechos de basura. Todos estos residuos, desechos sólidos y líquidos que sean generados por los turistas, serán botados en pozos sépticos, los cuales se encontrarán ubicados en el subterráneo.

o Riesgos de contaminación

El riesgo de contaminación a personas y especies de animales o plantas es mínimo, ya que el turismo rural es una actividad en la que se trata de relacionar y conservar la naturaleza. Aunque los turistas muchas veces no son concientes del impacto ambiental que tiene el botar basura, la empresa hará mucho énfasis en el manejo de los desechos sólidos que los turistas pueden evitar.

o **Mecanismos de control de contaminación**

Para contrarrestar la contaminación por botar basura, dentro de las instalaciones se colocarán estratégicamente botes de basura para que los turistas pueden hacer uso de ellos y evitar lo más posible de no destinar la basura en los lugares asignados.

o **Riesgo de la comunidad por las emisiones, efluentes y residuos**

No existe riesgo para la comunidad de la zona la emisión de residuos de la empresa, ya que se manejará por pozos sépticos, donde todos los residuos y aguas negras llegarán directamente hasta estos lugares, sin necesidad de que persona alguna estén en contacto con las mismas.

4.10 ESTUDIO ORGANIZACIONAL

A continuación se detallará los puestos disponibles en la empresa y sus funciones:
Consultar Anexo 9.

o **Gerente General**

Este cargo será desempeñado por una persona que tenga bases administrativas, que tenga experiencia puestos gerenciales. Sus funciones básicas serán contratar el personal, revisar los estados financieros, determinar y planear proyecciones e inversiones, planear metas, y tomar las de decisiones de la empresa.

o **Especialistas y Asesores Externos**

En este cargo estarán presentes un abogado y un contador público autorizado. Estas personas no estarán trabajando a tiempo completo dentro de la empresa, sin embargo estarán encargados de los procesos legales y contables que la hacienda Las Tareas deberá realizar para sus gestiones ante la ley.

Uno de los miembros de la junta directiva será uno de los asesores externos que estará colaborando con esta empresa, debido a su alta experiencia como contador público autorizado y como asesor contable en empresas privadas.

También se contará con la ayuda en el área publicitaria y de mercadeo de personas especializadas en dichas ramas, las cuales son familiares cercanos y tienen contactos con agencias de viaje, proveedores, agencias publicitarias, etc.

o **Recepcionista**

Será contratada una señorita de nivel de estudio medio para que sea la encargada de recibir a la gente que llegue a hospedarse y les designe las habitaciones. Estará autorizada de recibir los cobros, facturar, ofrecer información sobre las atracciones turísticas de la empresa y cualquier otro servicio adicional que los huéspedes soliciten.

O Botones y meseros

Para este cargo se contratarán jóvenes de entre 16 y 20 años de edad, con un nivel educativo bajo. El botones ayudará a las personas a ubicarse en las habitaciones y para que colabore con las gestiones de los servicios que los clientes demandan. También estará encargado de realizar cualquier diligencia fortuita que se presente durante la estadía de los huéspedes. Los meseros estarán encargados de tomar los pedidos de la comida y bebidas que deberán ser servidas en las mesas a los clientes.

O Limpieza y Cocinera

Serán contratadas señoras las que estarán encargadas de cocinar para los turistas que se hospeden en Las Tareas. La limpieza de los cuartos también será realizado por señoras del mismo nivel educativo (bajo) y estarán trabajando los todos los días que el centro esté ofreciendo sus servicios.

O Guardias de Seguridad

Para este puesto se necesitan personas de nivel de educación bajo. Estas personas deberán conocer la utilización y manejo de armas de fuego, por lo que se preferirá personal con experiencia en el ámbito. Trabajarán a tiempo completo dentro de las instalaciones, por lo que se les asignará una casa para que puedan vivir en la misma.

O Guía para ruta de avistamiento de delfines

Esta persona estará encargada de llevar y guiar en la lancha a las personas que asistan al avistamiento de delfines, los clientes que visiten el museo y las albarradas. No necesita tener un nivel de educación alto, sin embargo debe tener conocimientos sobre los delfines, las arqueologías que se exhiben en el museo, sobre las albarradas y sobre la cultura en general de la zona de Chanduy. En la época cuando no haya avistamiento de delfines, estará encargado de guiar a los turistas en sus actividades culturales, como fotografía rural, etnoturismo, ecoarqueología, entre otras.

5. CONCLUSIONES

En el análisis financiero se determinó que el proyecto tiene saldos positivos en los 5 años con un VAN de \$ 166,011 con una tasa de descuento del 15%, una TIR de 167% y un PRI de 1.26 años.

La Relación B/C fue de \$1.17 con un punto de equilibrio de 21,944. personas, por ende se pudo concluir que el negocio es viable y factible.

Entre los puntos determinantes para que el negocio tenga una buena acogida por parte de turistas están:

- o Los detalles en la decoración de instalaciones.
- o Publicidad estratégica, para aumentar el volumen de ventas a mediano plazo y que su impacto tenga una durabilidad prolongada de
- o La promoción de paquetes turísticos a empresas y/o agrupaciones

Las Tareas deberá publicitarse a un segmento de mercado específico, no con publicidad masiva (radio, televisión, presa). Se deberá medir la aceptación de cada tipo de publicidad mediante la retroalimentación por parte de los clientes, así identificar cuáles tienen más impacto y concentrarles mayor cantidad de recursos para ser más eficaces con la promoción.

6. RECOMENDACIONES

Aplicar el proyecto tratando de encontrar financiamiento con bajas tasas de interés, mediante bancos que apoyan al desarrollo, microfinancieras o entidades no gubernamentales que apoyan a las micro, pequeñas y medianas empresas.

Seguir la planeación estratégica tratando que sea muy flexible su aplicación, para ir adaptándose a cambios dependiendo de las necesidades de la empresa.

Antes de empezar a trabajar con clientes extranjeros, realizar un estudio de mercados conocer más profundamente gustos, preferencias y tendencias de consumo de los extranjeros para caracterizar el mercado.

.

7. BIBLIOGRAFÍA

Armstrong, G., Kotler, P. 2001. Marketing. 8ed. Trad. Escalona, R. L. México Distrito Federal, MX. Pearson Education. 691p.

Comunidad Andina. 2004. Estadísticas y Rutas Turísticas (en línea). Consultado el 8 de septiembre del 2004. Disponible en http://www.comunidadandina.org/turismo/home_turismo.htm.

Friedrich, K. 2001. Turismo Rural y Ecoturismo. 3 ed. México Distrito Federal, MX. Grupo Editorial Iberoamerica. 80p.

Gitman, L. 2003. Principios de Administración Financiera. 10ed. Trad. Nuñez, E. México Distrito Federal, MX. Pearson Education. 676p.

Kinnear, T. C., Taylor, J. R. 2000. Investigación de Mercado. 5 ed. Bogotá, CO. McGraw-Hill Interamericana S.A. 874p.

Ministerio de Economía y Finanzas. 2004. Estadísticas de Turismo (en línea). Consultado el 15 de octubre del 2004. Disponible en <http://www.ec-gov.net>.

Ministerio de Turismo. 2005. La Vida en Estado Puro (en línea). Consultado el 5 de septiembre del 2005. Disponible en <http://www.vivecuador.com>.

Organización Mundial de Turismo. 2004. Organismo Especializado de las Naciones Unidas (en línea). Consultado el 6 de septiembre del 2005. Disponible en <http://www.world-tourism.org/espanol>.

ANEXOS

Anexo 1. Leyes Tributarias

Legislación de Turismo

LEY DE TURISMO (Ley No. 2002-97)

CONGRESO NACIONAL

Considerando:

Que la Ley Especial de Desarrollo Turístico, promulgada en el Registro Oficial 118 del 28 de enero de 1997, a la fecha se encuentra desactualizada, por lo que es necesario incorporar disposiciones que estén acordes con la vigente Constitución Política de la República;

Que el Plan de Competitividad Turística planteó la necesidad de actualizar la legislación turística ecuatoriana, reincorporando importantes disposiciones de la Ley Especial de Desarrollo Turístico, que no han perdido vigencia en el tiempo a fin de atraer la inversión e inyectar divisas a nuestra economía;

Que el Decreto Ejecutivo 1424, publicado en el Registro Oficial 309 de 19 de abril del 2001, declaró como Política Prioritaria de Estado el desarrollo del turismo en el país; y,
En ejercicio de sus facultades constitucionales y legales, expide la siguiente:

LEY DE TURISMO

Capítulo I

GENERALIDADES

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 2.- Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual, sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos.

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;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación;
- c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II

DE LAS ACTIVIDADES TURÍSTICAS Y DE QUIENES LAS EJERCEN

Art. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;

e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,

f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetos a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

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.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia Única Anual de Funcionamiento, lo que les permitirá:

a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;

b. Dar publicidad a su categoría;

c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;

d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,

e. No tener que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Art. 11.- Los empresarios temporales, aunque no accedan a los beneficios de esta Ley están obligados a obtener un permiso de funcionamiento que acredite la idoneidad del servicio que ofrecen y a sujetarse a las normas técnicas y de calidad.

Art. 12.- Cuando las comunidades locales organizadas y capacitadas deseen prestar servicios turísticos, recibirán del Ministerio de Turismo o sus delegados, en igualdad de condiciones todas las facilidades necesarias para el desarrollo de estas actividades, las que no tendrán exclusividad de operación en el lugar en el que presten sus servicios y se sujetarán a lo dispuesto en esta Ley y a los reglamentos respectivos.

Capítulo III

DEL CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO

Art. 13.- Créase el Consejo Consultivo de Turismo, como un organismo asesor de la actividad turística del Ecuador; sobre los temas que le fueren consultados por el Ministerio de Turismo.

Art. 14.- El Consejo Consultivo de Turismo, estará integrado por los siguientes miembros con voz y voto:

1. El Ministro de Turismo, quien lo presidirá y tendrá voto dirimente;

2. El Ministro de Relaciones Exteriores o su delegado;

3. El Ministro del Ambiente o su delegado;

4. Un representante de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR;

5. Dos representantes ecuatorianos de las Asociaciones Nacionales de Turismo legalmente reconocidas y en forma alternativa;

6. Un representante de la Asociación de Municipalidades del Ecuador - AME;

7. Un representante del Consorcio de Consejos Provinciales del Ecuador - CONCOPE; y,

8. Un representante de la Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador - FPTCE.

El quórum para las sesiones se constituirá con siete miembros y sus resoluciones se tomará por mayoría de los miembros presentes en la sesión.

Los representantes a que se refieren los numerales 5 y 8 deberán tener sus respectivos alternos, quienes actuarán en caso de ausencia o impedimento del titular.

La designación de los representantes a que se refiere estos numerales se harán en un colegio electoral convocado y presidido por la Federación Nacional de Cámaras de Turismo, FENACAPTUR para los representantes señalados en el numeral 5.

El Consejo Consultivo de Turismo nombrará a su secretario de una terna presentada por el Ministro de Turismo.

Capítulo IV

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 15.- El Ministerio de Turismo es el organismo rector de la actividad turística ecuatoriana, con sede en la ciudad de Quito, estará dirigido por el Ministro quien tendrá entre otras las siguientes atribuciones:

1. Preparar las normas técnicas y de calidad por actividad que regirán en todo el territorio nacional;
2. Elaborar las políticas y marco referencial dentro del cual obligatoriamente se realizará la promoción internacional del país;
3. Planificar la actividad turística del país;
4. Elaborar el inventario de áreas o sitios de interés turístico y mantener actualizada la información;
5. Nombrar y remover a los funcionarios y empleados de la institución;
6. Presidir el Consejo Consultivo de Turismo;
7. Promover y fomentar todo tipo de turismo, especialmente receptivo y social y la ejecución de proyectos, programas y prestación de servicios complementarios con organizaciones, entidades e instituciones públicas y privadas incluyendo comunidades indígenas y campesinas en sus respectivas localidades;
8. Orientar, promover y apoyar la inversión nacional y extranjera en la actividad turística, de conformidad con las normas pertinentes;
9. Elaborar los planes de promoción turística nacional e internacional;
10. Calificar los proyectos turísticos;
11. Dictar los instructivos necesarios para la marcha administrativa y financiera del Ministerio de Turismo;

y,

12. Las demás establecidas en la Constitución, esta Ley y las que le asignen los Reglamentos.

Art. 16.- Será de competencia privativa del Ministerio de Turismo, en coordinación con los organismos seccionales, la regulación a nivel nacional, la planificación, promoción internacional, facilitación, información estadística y control del turismo, así como el control de las actividades turísticas, en los términos de esta Ley.

Art. 17.- El Ministerio de Turismo coordinará asimismo con otras instituciones del sector público las políticas y normas a implementarse, a fin de no afectar el desarrollo del turismo.

Art. 18.- El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los siguientes servicios, en cuyo caso fijará tarifas para cubrir los costos que demanden los mismos:

- a) El reconocimiento de la categoría que corresponda a cada interesado;
- b) La verificación del uso de los bienes turísticos exentos de impuestos;
- c) La calificación de proyectos turísticos que se acojan a los beneficios tributarios;
- d) Los centros de información turística;
- e) La determinación pericial de las inversiones para efectos tributarios; y,
- f) Otros que resuelva el Ministerio de Turismo, excepto aquellos que se transfieran a los gobiernos provincial y cantonal producto del proceso de descentralización de competencias.

Capítulo V

DE LAS CATEGORÍAS

Art. 19.- El Ministerio de Turismo establecerá privativamente las categorías oficiales para cada actividad vinculada al turismo. Estas categorías deberán sujetarse a las normas de uso internacional. Para este efecto expedirá las normas técnicas y de calidad generales para cada actividad vinculada con el turismo y las específicas de cada categoría.

Capítulo VI

ÁREAS TURÍSTICAS PROTEGIDAS

Art. 20.- Será de competencia de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, coordinar el ejercicio de las actividades turísticas en las áreas naturales protegidas; las regulaciones o limitaciones de uso por parte de los turistas; la fijación y cobro de tarifas por el ingreso, y demás aspectos relacionados con las áreas naturales protegidas que constan en el Reglamento de esta Ley.

El Ministerio de Turismo deberá sujetarse a los planes de manejo ambiental de las áreas naturales protegidas, determinadas por el Ministerio del Ambiente.

Las actividades turísticas y deportivas en el territorio insular de Galápagos se regirán por la Ley de Régimen Especial para la Conservación y Desarrollo Sustentable de la Provincia de Galápagos y el Estatuto Administrativo del Parque Nacional Galápagos.

Art. 21.- Serán áreas turísticas protegidas aquellas que mediante Decreto Ejecutivo se designen como tales. En el Decreto se señalarán las limitaciones del uso del suelo y de bienes inmuebles. Quedan excluidas aquellas actividades que afecten el turismo por razones de seguridad, higiene, salud, prevención y preservación ambiental o estética; en caso de expropiación se observará lo dispuesto en el artículo 33 de la Constitución Política de la República.

Art. 22.- La designación del área turística protegida comprende los centros turísticos existentes y las áreas de reserva turística.

Art. 23.- El Presidente de la República mediante Decreto Ejecutivo definirá el área de reserva turística para que en ellas puedan realizarse proyectos turísticos.

Esta definición no afectará los derechos de terceros, en caso de realizarse expropiación.

En el Decreto Ejecutivo al que se refieren los artículos 21 y 23 de esta Ley, se establecerán los linderos del área de reserva turística y se inscribirá en el Registro de la Propiedad correspondiente.

Art. 24.- La operación turística en las áreas naturales del Estado, zonas de reserva acuáticas y terrestres parques nacionales y parques marinos estará reservada para armadores y operadores nacionales, pudiendo extenderse a los extranjeros que obtengan la correspondiente autorización con sujeción a lo dispuesto en el artículo 50 de la Ley de Seguridad Nacional. Si fueran personas jurídicas deberán ser de nacionalidad ecuatoriana o sucursales de empresas extranjeras legalmente domiciliadas en el país. Las naves acuáticas que operen en los parques nacionales y zonas de reserva marina serán de bandera ecuatoriana. Se prohíbe conceder o renovar patentes a operadores o armadores que no cuenten con nave propia. No se considera nave propia a la que se encuentre en proceso de arrendamiento mercantil o leasing, sino a partir de uso efectivo de la opción de compra, que será acreditada con el correspondiente contrato.

Cuando por motivos de fuerza mayor debidamente comprobados, la nave propia no pueda operar, se podrá fletar una nave, de la misma capacidad, de bandera nacional o extranjera, en reemplazo temporal e improrrogable de hasta tres años.

Es facultad privativa del Presidente de la República, previo informe favorable de los Ministerios de Turismo y del Ambiente, autorizar cada cinco años incrementos en el total de cupos de operación para las áreas naturales y zonas de reserva, en un porcentaje que en ningún caso será superior al cinco por ciento del total de cupos.

Art. 25.- El Estado de conformidad con los artículos 13 y 271 de la Constitución Política de la República, garantiza la inversión nacional y extranjera en cualquiera de las actividades turísticas, gozando los extranjeros de los mismos derechos y obligaciones que los nacionales.

Capítulo VII

DE LOS INCENTIVOS Y BENEFICIOS EN GENERAL

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 impuestos que gravan 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 90 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 contemplada en el presente artículo;

2.- Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y 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, así mismo, 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.

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 período 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.

Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley.

El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

Art. 28.- Los gastos que se reembolsen al exterior por concepto de campañas de publicidad y mercadeo, sea esta impresa, radial, televisiva y en general en otros medios de comunicación; material impreso publicitario y su distribución; alquiler, atención, diseño y decoración de stand; suscripción a centrales y servicios de información, reserva y venta de turismo receptivo; inscripciones y afiliaciones en seminarios, ferias o eventos para promocionar turismo receptivo; directamente relacionados con actividades de turismo receptivo incurridos en el exterior por las empresas turísticas, serán deducibles para efectos de la determinación de la base imponible del impuesto a la renta ni se someten a retención en la fuente. Estos gastos no requerirán de certificación expedida por auditores independientes que tengan sucursales, filiales o representación en el país, pero deberán estar debidamente sustentados con facturas y comprobantes de venta emitidos por los proveedores internacionales, acompañados de una declaración juramentada de que este beneficio no ha sido obtenido en otro país.

Esta deducción no podrá exceder del 5% de los ingresos totales por servicios turísticos de la respectiva empresa correspondiente al ejercicio económico inmediato anterior.

Art. 29.- Las comisiones a las que se refiere al artículo 13, numeral 4 de la Ley de Régimen Tributario Interno pagadas para la promoción del turismo receptivo, no podrán exceder del ocho por ciento sobre el monto de las ventas. Sin embargo, en este caso, habrá lugar al pago del impuesto a la renta y a la retención en la fuente que corresponda, si el pago se realiza a favor de una persona o sociedad relacionada con la empresa turística, o si el beneficiario de esta comisión se encuentra domiciliado en un país en el cual no exista impuesto sobre los beneficios, utilidades o renta. El Servicio de Rentas Internas establecerá el procedimiento para la entrega de la información sobre estos pagos.

Art. 30.- Los turistas extranjeros que durante su estadía en el Ecuador hubieren contratado servicios de alojamiento turístico y/o adquirido bienes y los lleven consigo al momento de salir del país, tendrán derecho a la restitución del IVA pagado por esas adquisiciones, siempre que cada factura tenga un valor no menor de cincuenta dólares de los Estados Unidos de América US \$ 50,00.

El reglamento a esta Ley definirá los requisitos y procedimientos para aplicar este beneficio. También contemplará los parámetros para la deducción de los valores correspondientes a los gastos administrativos que demanda el proceso de devolución del IVA al turista extranjero.

Art. 31.- Los servicios de turismo receptivo facturados al exterior se encuentran gravados con tarifa cero por ciento del impuesto al valor agregado de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno. Estos servicios prestados al exterior otorgan crédito tributario a la compañía turística registrada en el Ministerio de Turismo, en virtud del artículo 65, numeral 1 de la referida Ley. Para el efecto deberá declarar tales ventas como servicio exportado, y entregar al Servicio de Rentas Internas la información en los términos que dicha entidad exija. El crédito tributario será objeto de devolución por parte del Servicio de Rentas Internas. El impuesto al valor agregado pagado en las adquisiciones locales o importaciones de los bienes que pasen a formar parte de su activo fijo; o de los bienes, de las materias primas o insumos y de los servicios necesarios para la producción y comercialización de dichos bienes y servicios, que no sean incluidos en el precio de venta por parte de las empresas turísticas, será reintegrado en un tiempo no mayor a noventa días, a través de la emisión de la respectiva nota de crédito, cheque u otro medio de pago. Se reconocerán intereses si vencido el término antes indicado no se hubiese reembolsado el IVA reclamado. El valor que se devuelva por parte del Servicio de Rentas Internas por concepto del IVA a estos exportadores de servicios en un período, no podrá exceder del doce por ciento del valor de los servicios exportados efectuados en ese mismo período. El saldo al que tenga derecho y que no haya sido objeto de devolución será recuperado por el exportador de servicios en base a exportaciones futuras.

Art. 32.- Los establecimientos de turismo que se acojan a los incentivos tributarios previstos en esta Ley registrarán 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.

Art. 33.- Los municipios y gobiernos provinciales podrán establecer incentivos especiales para inversiones en servicios de turismo receptivo e interno rescate de bienes históricos, culturales y naturales en sus respectivas circunscripciones.

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 o regiones deprimidas con potencial turístico en las áreas fronterizas o en zonas rurales con escaso o bajo desarrollo socio-económico; y,
- c.- Que constituyan actividades turísticas que merezcan una promoción acelerada.

Art. 35.- El Ministerio de Turismo dentro del período de goce de los beneficios, efectuará fiscalizaciones a objeto de verificar las inversiones o reinversiones efectuadas, así como el cumplimiento de cada una de

las obligaciones que determina esta Ley y sus reglamentos.

Cuando el Ministerio de Turismo detecte datos falsos o incumplimiento a lo establecido en las respectivas resoluciones de calificación y concesión de beneficios comunicará inmediatamente al Servicio de Rentas Internas, para que conjuntamente inicien las acciones civiles y/o penales correspondientes, sin perjuicio de las que el propio Ministerio de Turismo las imponga de acuerdo con la Ley y el Reglamento.

De comprobarse ilícito tributario o defraudación conforme a las disposiciones del Código Tributario, Ley de Régimen Tributario Interno, sus reglamentos y demás normas conexas, se procederá a la cancelación del registro y de la Licencia Única Anual de Funcionamiento y a la clausura definitiva del establecimiento, sin perjuicio de las demás sanciones establecidas en las leyes correspondientes.

Art. 36.- No podrán acogerse a los beneficios de que trata esta Ley los siguientes:

- a.- Los destinados al turismo emisor con destino al extranjero; y,
- b.- Las agencias de viajes, a excepción de las agencias operadoras de turismo receptivo.

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 período 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 aplicará esta disposición en el caso de traspaso de dominio a otro prestador de servicios turísticos, calificado por el Ministerio de Turismo.

Capítulo VIII

DE LOS COMITÉS DE TURISMO

Art. 38.- El Ministerio de Turismo coordinará con las autoridades locales o seccionales la conformación de comités de turismo en los sitios que considere necesario, estos comités estarán integrados por los sectores público y privado y tendrán las siguientes facultades:

- a) Recibir delegación del Ministerio de Turismo;
- b) Realizar ante el Ministerio de Turismo u otras autoridades las acciones necesarias para el buen resultado de su delegación;
- c) Informar al Ministro de Turismo sobre aspectos relacionados con la rama turística dentro de su jurisdicción; y,
- d) Las demás que les asigne el Ministro de Turismo.

Los comités de turismo elegirán su secretario y funcionarán en base al reglamento que para este propósito se dictará.

Capítulo IX

PATRIMONIO AUTÓNOMO

Art. 39.- Para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, constituido a través de la suscripción de un contrato irrevocable de fideicomiso mercantil, siendo el Estado el constituyente y beneficiario del mismo.

Este patrimonio autónomo estará gobernado por el Consejo de Promoción del Turismo del Ecuador; que estará conformado por el Ministro de Turismo, o su delegado; el Ministro de Relaciones Exteriores, o el Subsecretario del Ministerio de Relaciones Exteriores a cargo de asuntos económicos como su delegado; y por el Presidente de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, o su delegado. El Ministro de Turismo tendrá voto dirimente. También formarán parte de este Consejo con voz, pero sin voto 3 delegados de los organismos gremiales de turismo reconocidos por el Ministerio de Turismo, los cuales serán elegidos por un colegio electoral a cargo de la Federación Nacional de Cámaras de Turismo FENACAPTUR, quienes deberán tener experiencia empresarial en mercadeo y recogerán el criterio de todas las organizaciones nacionales de turismo.

Art. 40.- El patrimonio autónomo contará con los siguientes ingresos:

- a) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo;
- b) El producto de la venta de bienes inmuebles de propiedad del Ministerio de Turismo;
- c) Los valores por concesión de registro de turismo;
- d) Cualquier otro ingreso que no sean los ordinarios del Presupuesto General del Estado para gasto corriente del ministerio;
- e) Una partida para capitalizar el patrimonio que anualmente se establecerá en el Presupuesto General del Estado. Adicionalmente la contribución de US \$ 5.00 por cada pasaje aéreo que se venda en el Ecuador para viajar fuera de país, que se cobrará en la forma que establezca el Reglamento a esta ley;
- f) Los fondos provenientes de gobiernos de países amigos, de organismos internacionales o cualquier otra donación que se efectúe para el patrimonio autónomo; y,
- g) Los valores que se recauden por legados y donaciones de sociedades y personas naturales o jurídicas. La deducción se aplicará hasta un máximo del 10% de la base imponible del ejercicio económico del año en que haga la donación.

Art. 41.- El patrimonio autónomo gozará de exoneración y franquicia postal y aduanera para sus importaciones.

Capítulo X

PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DE SERVICIOS TURÍSTICOS

Art. 42.- Corresponde al Ministerio de Turismo la defensa de los derechos del usuario de servicios turísticos en los términos que señala la Constitución Política, la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor y esta Ley.

Art. 43.- De conformidad con el artículo 23 numeral 3 de la Constitución Política, se prohíbe todo discrimen a los extranjeros o a cualquier otros grupos humanos en las actividades turísticas, especialmente en lo que concierne a tarifas y tasas por cualquier servicio turístico.

Art. 44.- El empresario que venda o preste servicios turísticos de los detallados en esta Ley es civilmente responsable por los eventuales daños que cause a quien los utilice. Su responsabilidad llega hasta la culpa leve. Así mismo, es responsable por los actos de negligencia de sus empleados; en el ejercicio de sus funciones vinculadas con la empresa que presta el servicio.

Art. 45.- Habrá lugar al resarcimiento de daños y perjuicios, en los siguientes casos:

- a. El que anuncie al público, a través de medios de comunicación colectiva, de Internet o de cualquier otro sistema, servicios turísticos de calidad superior a los que realmente ofrece; o en su propaganda use fotografías o haga descripciones distintas a la realidad;
- b. El empresario cuyo servicio tenga una calidad inferior a la que corresponda a su categoría a la oferta pública de los mismos;
- c. El empresario que, por acto propio o de sus empleados, delegados o agentes, cause al turista un daño material;
- d. El empresario que venda servicios con cláusulas prefijadas y no las informe y explique al usuario, al tiempo de la venta o de la prestación del servicio;
- e. En caso de discriminación a las personas; con excepción del derecho de reserva de admisión; y,
- f. Los demás determinados en otras leyes.

Art. 46.- Los usuarios de servicios de turismo podrán reclamar sus derechos y presentar sus quejas al Centro de Protección del Turista. Este Centro tendrá interconexión inmediata con la Policía Nacional, Defensoría del Pueblo, municipalidades, centros de Información Turística y embajadas acreditadas en el Ecuador que manifiesten interés de interconexión.

A través de este Centro de Protección al turista, se buscará la solución directa de los conflictos.

Art. 47.- En caso de no resolverse los conflictos mediante la acción directa del Centro de Protección al Turista, el interesado podrá acceder a los centros de Mediación y Arbitraje que celebre convenios con el Ministerio de Turismo, para con sujeción en la Ley de Arbitraje y Mediación, intervenir en esta materia; o podrá acudir a la justicia ordinaria.

Art. 48.- De determinarse violación a normas legales, el Centro de Protección al Turista, solicitará al Ministro de Turismo que en observancia de las disposiciones del Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, inicie el correspondiente expediente, para juzgar administrativamente la conducta del empresario turístico.

Art. 49.- Si la parte responsable de la violación fuere el operador de un área Turística Protegida, de un contrato o concesión turística; la sanción podría implicar hasta la terminación del contrato.

Art. 50.- Sin perjuicio de los mecanismos de protección señalados en los artículos anteriores si en los actos u omisiones de los empresarios turísticos existiere infracción penal, los perjudicados podrán ejercer la acción legal correspondiente.

Art. 51.- Los mecanismos de garantía y protección para el turista mencionados en este capítulo, podrán ser invocados por las empresas turísticas que operen legalmente en el país.

Art. 52.- Para efectos de esta Ley, se establecen los siguientes instrumentos de carácter general, para el efectivo control de la actividad turística:

- a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;
- b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y,
- c. MULTAS, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida.

Multa de USD \$ 100 a USD \$ 200 a quienes no proporcionen la información solicitada por el Ministerio de Turismo y no exhiban las listas de precios.

Multa entre USD \$ 1000 y USD \$ 5000 que se regularán de manera gradual y proporcional a las personas que incumplan normas de calidad, no cumplan los contratos turísticos o infrinjan las disposiciones de esta Ley y sus reglamentos.

En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante delegación dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma inmediata

cuando se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber obtenido las autorizaciones a las que se refiere esta Ley.
Igualmente dispondrá la clausura cuando se reincida en las causales señaladas en las letras a), b) y c) de este artículo.

Capítulo XI

DE LOS DELITOS CONTRA LA SEGURIDAD PÚBLICA

Art. 53.- En el Título V del Libro Segundo del Código Penal, a continuación del artículo 440-A, añádase el Capítulo XIII que se denominará “De ciertos delitos promovidos o ejecutados por medio de actividades turísticas” y agréguese el siguiente:

“Art. 440-B.- La persona o personas que instigaren, promovieren o ejecutaren actividades turísticas con el objeto de cometer o perpetrar el delito de plagio tipificado en el artículo 188 y contemplado en el Capítulo III referido a los “Delitos contra la Libertad Individual”, del Título II, Libro Primero del Código Penal; de los delitos contra las personas contempladas en el Título VI y particularmente tipificados en el Capítulo I referido a los delitos contra la vida; en el Capítulo II relacionado con “Las Lesiones” y el Capítulo III relativo al “Abandono de Personas” del Libro II del Código Penal; de los delitos sexuales contemplados en el Título VIII, en los Capítulos II relativo al “Atentado contra el Pudor, de la violación y del estupro”, el Capítulo II atinente a los delitos de proxenetismo y corrupción de menores y Capítulo IV relativo al rapto; el Libro Segundo del Código Penal, de los delitos contra la propiedad contemplados en el Título X y particularmente tipificados en el Capítulo I relacionado con el delito de hurto, el Capítulo II acerca del delito de robo, el Capítulo IV relativo al delito de extorsión y el Capítulo V referido a las estafas y otras defraudaciones del Libro II del Código Penal, se les impondrá el máximo de la pena que corresponda a la naturaleza de la correspondiente infracción. Así mismo, quienes cometieran delitos previstos en este artículo contra personas que tengan la condición de turistas y a sabiendas que tenía tal condición se les impondrá la máxima pena prevista para la infracción perpetrada.”.

DISPOSICIONES GENERALES

Art. 54.- En lo que no estuviere previsto en esta Ley, y en lo que fuere aplicable se observará el Código Ético Mundial para el Turismo, aprobado por La Organización Mundial del Turismo, en Santiago de Chile.

Art. 55.- Las actividades turísticas descritas en esta Ley gozarán de discrecionalidad en la aplicación de las tarifas; con excepción de aquellas personas naturales o jurídicas que realicen abusos o prácticas desleales de comercio según la legislación vigente y los acuerdos internacionales a los que el Ecuador se haya adherido.

Art. 56.- El Ministro de Turismo, mediante Acuerdo Ministerial, solo en casos especiales, podrá exonerar el pago de derechos de ingreso a los parques nacionales, a grupos especializados en investigaciones que visiten el país y cuya acción sea útil a la promoción externa del Ecuador.

Art. 57.- Las personas que ejerzan actividades turísticas tienen la obligación de entregar al Ministerio de Turismo o a sus delegados la información que permita la elaboración de las estadísticas nacionales de turismo, sujeta al principio de confidencialidad.

Art. 58.- Los organismos locales, regionales y seccionales, cumplirán y colaborarán con el proceso de regulación, control y demás disposiciones que adopte el Ministerio de Turismo en el ámbito de su competencia.

Art. 59.- La derogatoria de las disposiciones tributarias de esta Ley, requerirán de una norma expresa y específica, conforme manda el artículo 2 del Código Tributario.

Art. 60.- No podrán realizar servicios turísticos o actividades conexas con fines de lucro, las Fuerzas Armadas ni las entidades del sector público, en razón de que esta actividad está reservada a las personas naturales o jurídicas del sector privado, que cumplan con los requerimientos de esta Ley.

DISPOSICIONES FINALES

Art. 61.- Refórmase el artículo 3 del Decreto Supremo 1269, de 20 de agosto de 1971, publicado en Registro Oficial No. 295 de 25 de agosto de 1971, por el siguiente texto: “El Ministro de Trabajo y Recursos Humanos es responsable del control y estricto cumplimiento del presente Decreto, a objeto de que el diez por ciento adicional al consumo en concepto de propina que se paga en los establecimientos, hoteles, bares y restaurantes de primera y segunda categoría, sean entregados a los trabajadores, sin descuentos ni deducciones de ninguna naturaleza”.

En los artículos de este Decreto Supremo, que se refiere a Ministerio de Previsión Social y Trabajo, cámbiese por Ministerio de Trabajo y Recursos Humanos.

Art. 62.- Concédese al Ministerio de Turismo y a sus delegados, jurisdicción coactiva para la recaudación de los recursos previstos en esta ley.

Art. 63.- Derógase la Ley Especial de Desarrollo Turístico, en actual vigencia, sin perjuicio de ello, se respetarán los derechos adquiridos bajo la vigencia de la ley derogada.

DISPOSICIÓN FINAL

La presente Ley entrará en vigencia a partir de la fecha de su publicación en el Registro Oficial.

Dada, en la ciudad de San Francisco de Quito, Distrito Metropolitano, en la Sala de Sesiones del Pleno del Congreso Nacional del Ecuador, a los diecisiete días del mes de diciembre del año dos mil dos.

FUENTES DE LA PRESENTE EDICIÓN DE LA LEY DE TURISMO

1.- Ley 2002-97 (Suplemento del Registro Oficial 733, 27-XII-2002).

Anexo 2. Balanza de Turismo

BALANZA DE TURISMO							
(millones de dólares)							
Años	Créditos (gastos de extranjeros en el país)	Transporte	Total	Débitos (gastos de ecuatorianos en otros países)	Transporte	Total	Saldo
2000	402,0	49,0	451,0	299,0	117,0	416,0	35,0
2001	430,0	7,7	437,7	340,0	125,0	465,0	- 27,3
2002	447,2	2,1	449,3	363,9	143,3	507,2	- 57,9
2003	406,4	1,9	408,3	354,4	136,4	490,8	- 82,5
2004	367,4	1,8	369,2	391,0	185,9	576,9	- 207,7

Nota: Según datos de la Balanza de Pagos del Ecuador, los gastos por turismo de los no residentes en el país (registro de la cuenta viajes y transporte de pasajeros) alcanzaron los 369,2 millones de dólares, en tanto que los gastos por turismo de los residentes en el Ecuador que salieron al exterior, fue de 576,9 millones de dólares (registro de la cuenta viajes y transporte de pasajeros) generando un saldo negativo de 207,7 millones de dólares.

Fuente: Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador

EL UNIVERSO

Anexo 3 Mapa Ruta del Sol



Anexo 4 Inversiones Las Tareas

Inversion Hacienda

Arreglos de instalaciones deportivas	Valor unitario	Cantidad	Total
Galón de Pintura	25	5	\$ 125
Redes	13.5	1	\$ 14
Tubos para redes	11.3	2	\$ 23
Mano Obra por 5 días	7	5	\$ 35
Subtotal:			\$ 196

Decoración de Habitaciones	Valor unitario	Cantidad	Total
Habitaciones	1200	19	\$ 22,800
Ventiladores de cielo	50	19	\$ 950
Camas	100	49	\$ 4,900
Colchón	70	49	\$ 3,430
Juegos de sábanas	15	100	\$ 1,500
Cuadros	12	19	\$ 228
Galón de Pintura	30	20	\$ 600
Mano de obra (15 trabajadores)	5	450	\$ 2,250
Souvenirs	2.5	100	\$ 250
Plantas	3	50	\$ 150
Subtotal:			\$ 37,058

Artículos varios para hacienda	Valor unitario	Cantidad	Total
<u>Equipo de Oficina</u>			
Papelería	50	1	\$ 50
Grapadoras	1.2	3	\$ 4
Perforadoras	0.87	2	\$ 2
Lápices y bolígrafos	1	8	\$ 8
Sellos	2.54	2	\$ 5
Computadora	500	2	\$ 1,000
<u>Equipo para dormitorios y pasillos</u>			
Plantas para decoracion	3	50	\$ 150
Camas plegables	70	19	\$ 1,330
Extintor	20	6	\$ 120
Muebles	400	3	\$ 1,200
Lámparas	7.5	25	\$ 188
Botiquín	15	5	\$ 75
Telefonos	10.4	23	\$ 239
Trámites legales	600	1	\$ 600
<u>Artículos de cocina</u>			
Ollas	3.4	8	\$ 27
Juegos de cubiertos de comedor	12	10	\$ 120
platos	1.25	40	\$ 50
Vasos	2.5	100	\$ 250
Servilleteros	0.6	20	\$ 12
sartenes	4.8	5	\$ 24
<u>Equipos para instalaciones recreativas</u>			
Bicicletas adultos	350	10	\$ 3,500
Bicicletas niños	150	5	\$ 750
mesas de ping pong	200	1	\$ 200
Kayak	200	10	\$ 2,000
raquetas	15	6	\$ 90
balones	20	5	\$ 100
Mesas plásticas	8	15	\$ 120
Sillas Plásticas	4	60	\$ 240
Equipo de seguridad para avista delf y kayak	30	20	\$ 600
Total articulos pa la hacienda			\$ 13,053
Inversión Total			\$ 50,307

Anexo 5 Costos Fijos Anuales

Costos fijos	Mensual	Anual
Mantenimiento de instalaciones	400	4800
Agua	400	4800
Luz	300	3600
Teléfono	200	2400
Subtotal:	\$ 1,300	\$ 15,600

Gastos administrativos (mensuales)	Sueldo/mes	Cantidad	Total mensual
Sueldo Gerente	600	1	\$ 600
2 Sueldo administrativo	400	2	\$ 800
2 meseros	225	2	\$ 450
1 cajero	300	1	\$ 300
2 cocineras	225	2	\$ 450
1 Guía	300	1	\$ 300
1 botones	225	1	\$ 225
2 limpieza	225	2	\$ 450
1 Sueldo Recepcionista	250	1	\$ 250
2 Seguridad Las Tareas	225	2	\$ 450
Bonificaciones	200	15	\$ 3,000
Total mensual		15	\$ 4,275
Subtotal gastos admon anual			\$ 54,300

Presupuesto de marketing	Total
Ruta Grupo de downhill	\$ 500
Ferias turísticas	\$ 2,000
Publicaciones en revistas	\$ 2,500
Campeonato de volley femenino	\$ 2,000
Campeonato Kayak	\$ 2,000
Campeonato de bicicross	\$ 2,000
Valla publicitaria	\$ 4,000
POP	\$ 1,500
Total gastos marketing anual	\$ 16,500

Anexo 6. Costo Variables

Costos variables					
Alimentos y Bebidas (Restaurante)	Costo Uni.	Cant. Comidas	Consumo %	Flujo	Costo
Comidas	\$ 1	3	70%	4256	\$ 12,769
Bebidas alcohólicas	\$ 0.40	5	60%	3648	\$ 7,297
Bebidas gaseosas	\$ 0.25	3	80%	4864	\$ 3,648
Bebidas refrescantes	\$ 0.25	3	60%	3648	\$ 2,736
Total				16417	\$ 26,450

Otros servicios Anuales	Costo Uni.	Cantidad	Consumo %	Flujo	Costo
Alquiler de Lancha	\$ 10	80	60%	1029	\$ 800
Costo de museo	\$ 0.47	1	100%	6080	\$ 2,858
Bicicleta	\$ 30.00	10	35%	2128	\$ 300
Kayaks	\$ 10	5	30%	1824	\$ 50
Total Otros Servicios				11062	\$ 4,007.81

Costos por habitación	Costo unitario	Cantidad	Huéspedes	Total
Consumo por huésped				
Jabones	\$ 0.05	1	6080	\$ 304
Shampoo	\$ 0.05	1	6080	\$ 304
Lavandería	\$ 0.40	1	6080	\$ 2,432
Consumo de agua por metro cúbico	\$ 0.20	2	6080	\$ 2,432
Total consumo por huésped	\$ 0.90			\$ 5,472
Consumo por habitación	Costo unitario	Cantidad	Habitaciones	Total
Productos de limpieza	\$ 0.55	1	2357	\$ 1,296
Papelería	\$ 0.03	1	2357	\$ 71
Hielo y Agua	\$ 0.008	1	2357	\$ 19
Electricidad	\$ 0.50	1	2357	\$ 1,178
Total de consumo por habitación	\$ 1.09			\$ 2,564
Gran total		14.18		\$ 8,036.55

Anexo 7. Ingresos y Precios

INGRESOS POR HOSPEDAJE								
Meses	Nivel de ocupación mes	Habitación Sencilla		Habitación Doble		Habitación Triple		Ingreso Total
		Epoca alta	Epoca baja	Epoca alta	Epoca baja	Epoca alta	Epoca baja	
Enero	45%	\$ 934		\$ 1,456		\$ 8,159		\$ 10,548
Febrero	65%	\$ 1,349		\$ 2,102		\$ 11,785		\$ 15,236
Marzo	55%	\$ 1,426		\$ 2,224		\$ 12,465		\$ 16,115
Abril	60%	\$ 1,245		\$ 1,941		\$ 10,878		\$ 14,064
Mayo	23%		\$ 398		\$ 626		\$ 15,864	\$ 16,888
Junio	24%		\$ 415		\$ 654		\$ 15,864	\$ 16,933
Julio	32%		\$ 692		\$ 1,090		\$ 19,830	\$ 21,611
Agosto	33%		\$ 571		\$ 899		\$ 15,864	\$ 17,334
Septiembre	28%		\$ 484		\$ 763		\$ 15,864	\$ 17,111
Octubre	15%		\$ 324		\$ 511		\$ 19,830	\$ 20,665
Noviembre	15%		\$ 259		\$ 409		\$ 15,864	\$ 16,532
Diciembre	18%		\$ 389		\$ 613		\$ 19,830	\$ 20,832
Totales	34%	\$ 4,954	\$ 3,531	\$ 7,723	\$ 5,563	\$ 43,287	\$ 138,812	\$ 203,870

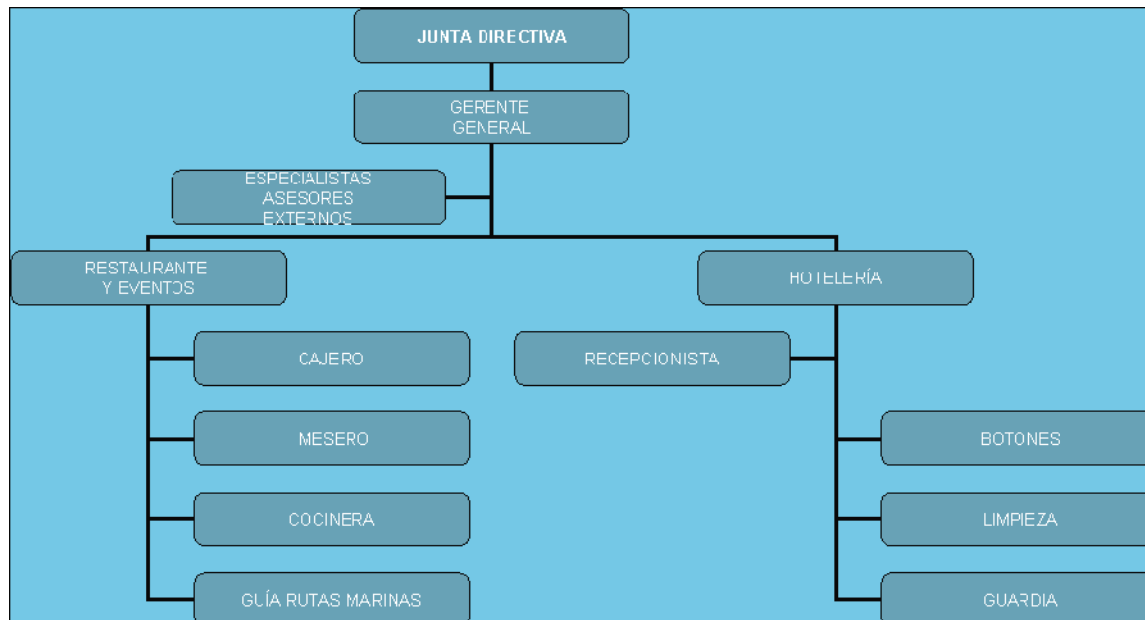
PRECIO POR PAQUETE TURÍSTICO INDIVIDUAL DOS DÍAS/DOS NOCHES						
Concepto	Habitación Simple		Habitación Doble		Habitación Triple	
	Temporada Baja	Temporada Alta	Temporada Baja	Temporada Alta	Temporada Baja	Temporada Alta
Habitación	\$ 50	\$ 60	\$ 32	\$ 38	\$ 28	\$ 32
Bicicleta	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5
Kayak	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5	\$ 5
Comida	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18	\$ 18
Bebidas	\$ 4	\$ 4	\$ 4	\$ 4	\$ 4	\$ 4
Total	\$ 82	\$ 92	\$ 64	\$ 70	\$ 60	\$ 64

Ingresos por Tipo de Servicio		
Hospedaje	Baja	Alta
Simple	\$ 3,531	\$ 4,954
Doble	\$ 5,563	\$ 7,723
Triple	\$ 138,812	\$ 43,287
Total Hospedaje	\$ 147,907	\$ 55,963
Restaurante	Precios uni	Ingresos
Comidas	\$ 3	\$ 38,307
Bebidas alcohólicas	\$ 1.5	\$ 27,362
Bebidas gaseosas	\$ 0.60	\$ 8,756
Bebidas refrescantes	\$ 0.60	\$ 6,567
Total Restaurante		\$ 80,991
Otros servicios	Precio uni	Ingresos
Avistamiento de delfines	\$ 8	\$ 8,235
Costo de museo	\$ 0.5	\$ 3,040
Bicicleta	\$ 5	\$ 10,641
Kayaks	\$ 5	\$ 9,121
Total Otros Servicios		\$ 31,037
Gran total de ingresos		\$ 315,898

Anexo 8. Punto de Equilibrio por Tipo de Servicios

Margen de contribución	5.69	
Pto equilibrio personas	21,944.16	
Hospedaje	Habitaciones	Nivel de Ocupación
Pto equilibrio	3,976	
Habitaciones simples	517	899
Habitaciones dobles	636	1,107
Habitaciones triples	2,823	4,910
Servicios varios	Habitaciones	Nivel de Ocupación
Pto equilibrio	7,233	
Alquiler de Lancha	673	1,029
Costo de museo	3,976	6,080
Bicicleta	1,392	2,128
Kayaks	1,193	1,824
Restaurante	Habitaciones	Nivel de Ocupación
Pto equilibrio	10,734.92	
Comida	2,783.13	4,256
Bebidas alcohólicas	2,385.54	3,648
Bebidas gaseosas	3,180.72	4,864
Bebidas refrescantes	2,385.54	3,648

Anexo 9. Organigrama



Anexo 10. Noticias y Boletines Turísticos

ECUADOR GANA PREMIOS EN LA FERIA TURÍSTICA DE BERLIN

Yachana Lodge y el Ministerio de Turismo obtienen galardones en Alemania en las categorías de turismo sostenible y mejor exposición, respectivamente.

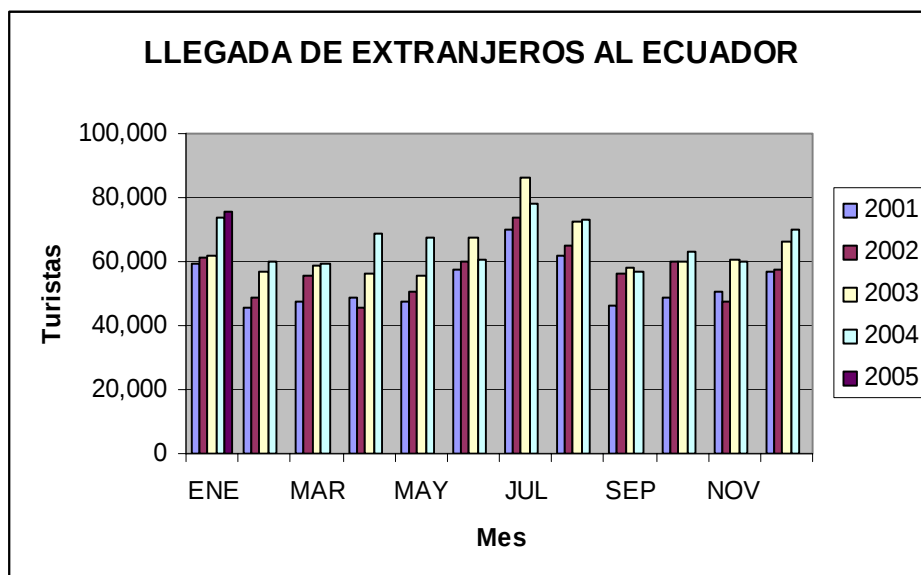
Ecuador recibió un reconocimiento internacional, por parte de los organizadores de la Feria ITB que se desarrolla en Berlín-Alemania, por su excelente práctica en el turismo sostenible, según dio a conocer este martes 15 de marzo, la señora Gladys Eljuri de Alvarez, ministra de Turismo, quien se encuentra presidiendo la delegación ecuatoriana.

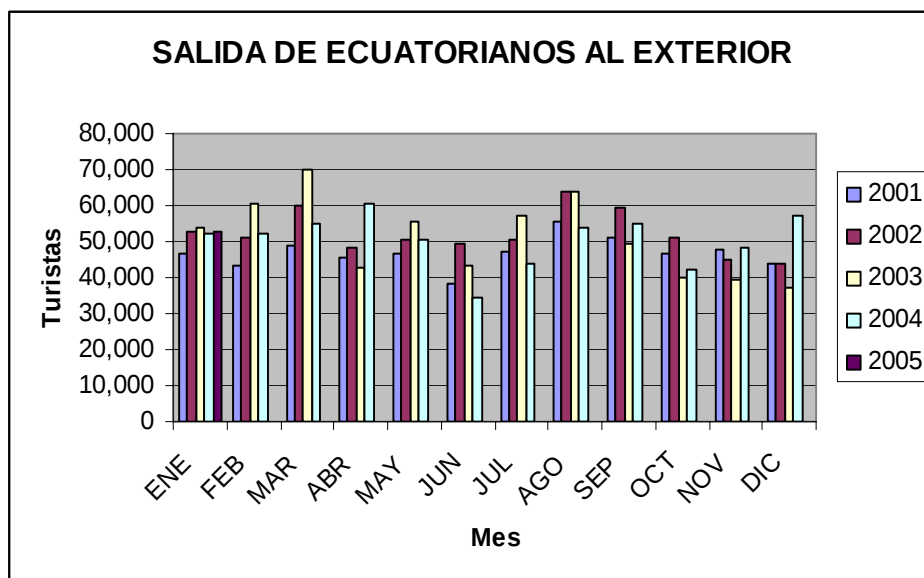
El hotel Yachana Lodge de la provincia del Napo fue reconocido como una de las tres mejores prácticas del turismo sostenible a nivel internacional. La palabra quichua "yachana" significa "un lugar para aprender", por lo que los turistas tienen la posibilidad de admirar la genuina vida y cultura de la Amazonía, en medio de una estadía muy confortable. Esta reserva está ubicada cerca de la comunidad de Montaña, a lo largo de los bancos del Río Napo, entre Puerto Misahuallí y Coca.

Este hotel de ecoturismo se distingue porque convierte a sus visitantes en conocedores y partícipes de las formas de vida locales. En su travesía por la zona, los turistas pueden ver a un curandero realizando una ceremonia de sanación. Además, pueden degustar productos que los habitantes del lugar fabrican como el chocolate orgánico con frutas secas, que actualmente se vende en el mercado norteamericano, bajo la marca Yachana Gourmet.

Este hotel pertenece a la Fundación para la Educación y Desarrollo Integral, FUNEDESIN, organización que implementa programas de educación, medio ambiente y salud para los habitantes de la Amazonía Ecuatoriana.

Anexo 11. Llegada de Turistas Extranjeros al Ecuador



Anexo 12. Salida de Ecuatorianos al Exterior

Anexo 13. Flujo de Caja del Proyecto

Diagrama de flujo de efectivo	Capital propio	Crecimiento poblacional de Guayaquil				
INVERSION INICIAL	20%	PORCENTAJE DE DEUDA				
	0	1	2	3	4	5
Inversión propia	\$ -10,061					
Capital de trabajo	\$ -10,408					
Ingresos						
Ingresos Hospedaje		\$ 152,902	\$ 203,870	\$ 208,008	\$ 212,231	\$ 216,539
Ingresos Alimentos y Bebidas		\$ 60,744	80991.47146	\$ 82,636	\$ 86,025	\$ 91,371
Ingresos por otros servicios		\$ 23,278	31037.013	\$ 31,667	\$ 32,966	\$ 35,014
Ingresos totales		\$ 236,924	\$ 315,898	\$ 322,311	\$ 331,221	\$ 342,924
Egresos						
Costos de habitación		\$ -114,521	\$ -152,694	\$ -152,694	\$ -152,694	\$ -152,694
Costos restaurante		\$ -19,837	\$ -26,450	\$ -26,450	\$ -26,450	\$ -26,450
Costos por servicios varios		\$ -3,006	\$ -4,008	\$ -4,008	\$ -4,008	\$ -4,008
Costos de Marketing (Mercadeo)		\$ -16,500	\$ -16,500	\$ -16,500	\$ -16,500	\$ -16,500
Gastos por sueldos		\$ -54,300	\$ -54,300	\$ -54,300	\$ -54,300	\$ -54,300
Mantenimiento de instalaciones		\$ -4,800	\$ -4,944	\$ -5,092	\$ -5,245	\$ -5,402
Servicios básicos		\$ -10,800	\$ -11,124	\$ -11,458	\$ -11,801	\$ -12,155
Egresos totales		\$ -223,764	\$ -230,477	\$ -237,391	\$ -244,513	\$ -251,849
Depreciación		\$ -6,950	\$ -6,950	\$ -6,950	\$ -6,950	\$ -6,950
UAI		\$ 6,210	\$ 78,471	\$ 77,970	\$ 79,758	\$ 84,126
Intereses		\$ -6,037	\$ -5,142	\$ -4,112	\$ -2,928	\$ -1,566
UNDII		\$ 173	\$ 73,330	\$ 73,858	\$ 76,831	\$ 82,560
Depreciación		\$ 6,950	\$ 6,950	\$ 6,950	\$ 6,950	\$ 6,950
Amortización de la deuda		\$ -5,969	\$ -6,864	\$ -7,894	\$ -9,078	\$ -10,440
Saldo neto de efectivo		\$ 1,154	\$ 73,415	\$ 72,914	\$ 74,702	\$ 79,070
Flujo neto de efectivo	\$ -20,469	\$ 1,154	\$ 73,415	\$ 72,914	\$ 74,702	\$ 79,070
Ingresos Valor presente	\$1,016,680.82					
Costos totales Valor presente						

-\$19,316 (0.26)

VAN	\$ 166,011
TIR	146%
Período de Recuperación años	1.26
Relación Beneficio Costo	1.17
Punto de equilibrio	
PRESTAMO INVERSIÓN	\$40,245.94
Tasa de interés	15%

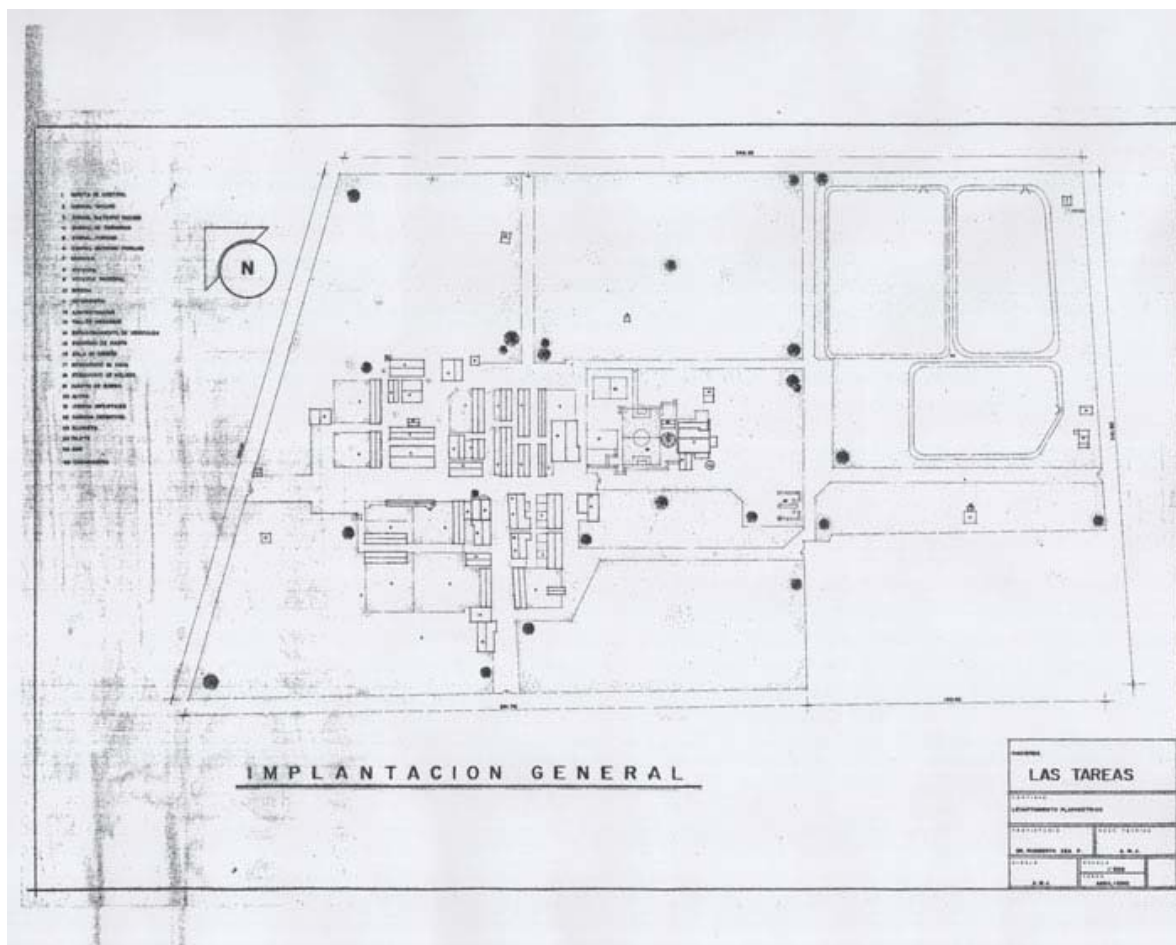
TABLA DE AMORTIZACION DE INVERSIÓN				
ANOS	Pago Anual	Intereses	Amortización	Total
0				\$40,245.94
1	-\$12,005.99	\$6,036.89	-\$5,969.10	\$34,276.84
2	-\$12,005.99	\$5,141.53	-\$6,864.46	\$27,412.37
3	-\$12,005.99	\$4,111.86	-\$7,894.13	\$19,518.24
4	-\$12,005.99	\$2,927.74	-\$9,078.25	\$10,439.99
5	-\$12,005.99	\$1,566.00	-\$10,439.99	\$0.00

Anexo 14. Capital de Trabajo

<u>Capital de Trabajo</u>	
Método de desfase	
Costos totales	\$ 124,894
Días Laborales	360
Días de desfase	30
Total de Capital de Trabajo	\$ 10,407.9

Anexo 15. Nivel de Ocupación Anual de Habitaciones

NIVEL DE OCUPACIÓN ANUAL (HABITACIONES ANUALES)					
Meses	Nivel de ocupación mes	Habitaciones Simples	Habitaciones Doble	Habitaciones Triple	Habitaciones ocupadas anuales
<i>Enero</i>	45%	69	85	378	239.4
<i>Febrero</i>	65%	69	85	378	346
<i>Marzo</i>	55%	86	106	472	366
<i>Abril</i>	60%	69	85	378	319
<i>Mayo</i>	23%	69	85	378	122
<i>Junio</i>	24%	69	85	378	128
<i>Julio</i>	32%	86	106	472	213
<i>Agosto</i>	33%	69	85	378	176
<i>Septiembre</i>	28%	69	85	378	149
<i>Octubre</i>	15%	86	106	472	100
<i>Noviembre</i>	15%	69	85	378	80
<i>Diciembre</i>	18%	86	106	472	120
Totales	34%	899	1,107	4,910	2,357



Anexo 17. Población por Sexo y Edad

