

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL  
ECUADOR**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
ESCUELA DE HOTELERÍA Y TURISMO**

**DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL  
TÍTULO DE**

**INGENIERÍA EN ECOTURISMO Y GUÍA  
NACIONAL DE TURISMO**

**“PLAN DE NEGOCIOS PARA UNA AGENCIA  
OPERADORA DE TURISMO DE AVENTURA,  
“TIERRA GRANDE TOURS” UBICADA EN EL  
CANTÓN MEJÍA, PARROQUIA MACHACHI”**

**LILIANA PAULINA GUTIÉRREZ CHANGOLUISA**

**DIRECTORA: MSC. GABRIELA MARTÍNEZ**

**QUITO, 2012**

## **DEDICATORIA**

Este trabajo, así como cada decisión y actuación de estos 23 años, se los dedico con mucho cariño a mis padres, por el ejemplo de trabajo y constancia en cada uno de sus días, por estar siempre junto a mí preocupándose y esforzándose por darme lo mejor y ser más que mis padres mis amigos. Susy y Paco, los quiero mucho.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios por haber hecho de Ecuador un verdadero paraíso, país que fue mi inspiración para estudiar esta hermosa carrera.

A mi querida Virgen del Cisne y a mi ángel guardián Pedro Pablo Changoluisa, porque nunca se alejaron de mi y a quienes agradezco el milagro de la vida.

A la PUCE, por todas las oportunidades brindadas durante estos años; a todos mis profesores, personas que desde el inicio supieron guiarme con sus conocimientos para mi crecimiento personal y profesional, en especial a Flavio Coello, José Eduardo Córdova, Pato Moncayo, Jaime Miranda y Gaby Martínez, gracias por su confianza y amistad.

A todas las personas que estuvieron junto a mi, Donny, amigos, amigas, familiares y conocidos, gracias por las palabras de apoyo y los consejos que en algún momento me supieron dar.

# Tabla de contenido

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>6</b>
<b>OBJETIVO GENERAL .....</b>	<b>7</b>
<b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....</b>	<b>8</b>
<b><u>CAPÍTULO 1: LA EMPRESA .....</u></b>	<b><u>9</u></b>
<b>MISIÓN, VISIÓN Y OBJETIVOS GENERALES.....</b>	<b>9</b>
MISIÓN: .....	9
VISIÓN: .....	9
OBJETIVOS GENERALES: .....	9
<b>DESCRIPCIÓN DEL NUEVO PRODUCTO.....</b>	<b>10</b>
<b>DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO .....</b>	<b>12</b>
<b>ANÁLISIS COMPETITIVO .....</b>	<b>15</b>
<b>PERSONAL.....</b>	<b>20</b>
<b>ANÁLISIS D.A.F.O. ESTRATÉGICO .....</b>	<b>23</b>
<b>PROTECCIÓN Y MARCO LEGAL .....</b>	<b>25</b>
<b>ESTRATEGIAS DE ENTRADA Y CRECIMIENTO.....</b>	<b>26</b>
ESTRATEGIA DE PROMOCIÓN.....	26
ESTRATEGIAS DE PRECIOS .....	26
ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO .....	27
<b><u>CAPÍTULO 2. MERCADO .....</u></b>	<b><u>27</u></b>
<b>DEFINICIÓN DE LA INDUSTRIA.....</b>	<b>27</b>
<b>DEFINICIÓN DEL CLIENTE .....</b>	<b>37</b>
<b>DEFINICIÓN DEL MERCADO .....</b>	<b>38</b>
<b>INVESTIGACIÓN DE MERCADOS .....</b>	<b>39</b>
OBJETIVO DE LA ENCUESTA: .....	39
DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA: .....	39
<b>POSICIONAMIENTO ESPERADO .....</b>	<b>51</b>
<b>ESTRATEGIAS 4 P'S.....</b>	<b>52</b>
PRODUCTO Y SUS BENEFICIOS.....	52
PRECIO.....	54
PLAZA .....	56
PROMOCIÓN .....	57
<b>PRONÓSTICO DE VENTAS.....</b>	<b>58</b>
<b><u>CAPITULO 3. EQUIPO .....</u></b>	<b><u>59</u></b>
<b>EMPRENEDORES .....</b>	<b>59</b>
<b>EQUIPO GERENCIAL Y ORGANIGRAMA .....</b>	<b>61</b>
<b>FORMA DE PROPIEDAD.....</b>	<b>62</b>

POLÍTICA DE DIVIDENDOS Y REMUNERACIONES DE SOCIOS .....	62
PROCEDIMIENTOS DE PAGO .....	62
SUELDOS Y SALARIO .....	63
<b><u>CAPITULO 4. OPERACIONES.....</u></b>	<b>63</b>
PLAN DIARIO .....	63
ELABORACIÓN DE PAQUETES:.....	64
VENTA DE PAQUETES .....	64
REALIZACIÓN DEL TOUR .....	65
DURANTE EL TOUR.....	66
DESPUÉS DEL TOUR .....	66
EQUIPO NECESARIO .....	67
HERRAMIENTAS DE TRABAJO.....	67
MUEBLES Y ENSERES.....	69
EQUIPO DE COMPUTO.....	71
UBICACIÓN OFICINAS.....	72
PROVEEDORES .....	72
<b><u>CAPITULO 5 DATOS FINANCIEROS .....</u></b>	<b>73</b>
INVERSIÓN INICIAL .....	73
PRESUPUESTO DE VENTAS .....	75
PRESUPUESTO DE COSTO DE VENTAS .....	76
PRESUPUESTO ANUAL DE GASTOS .....	77
ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO .....	77
<b><u>CAPITULO 6. INDICADORES .....</u></b>	<b>79</b>
ANÁLISIS DE PUNTO DE EQUILIBRIO .....	79
TASA INTERNA DE RETORNO .....	80
VALOR ACTUAL NETO .....	80
PERÍODO DE RETORNO DE INVERSIÓN .....	80
<b><u>CONCLUSIONES .....</u></b>	<b>81</b>
<b><u>BIBLIOGRAFÍA.....</u></b>	<b>82</b>
<b><u>ANEXOS.....</u></b>	<b>83</b>

## INTRODUCCIÓN

El presente plan de negocios se establece como una herramienta metodológica para la implementación de una agencia de turismo de aventura en la parroquia de Machachi, Cantón Mejía. Los paquetes que se han planificado se enfocan en dar a conocer a turistas nacionales y extranjeros la belleza paisajística de las áreas naturales que se encuentran dentro de su jurisdicción complementada con el valor cultural de esta zona.

Las oficinas de esta agencia están ubicadas dentro del Cantón Mejía en el centro urbano de la ciudad de Machachi, lugar en el cual se establecerá el centro de operaciones y de venta directa al público, cuenta con una dirección electrónica [www.tierragrandetours.com.ec](http://www.tierragrandetours.com.ec), este es un espacio virtual interactivo en el que se darán a conocer todos los servicios ofertados, los destinos y lugares a visitar, promociones, noticias en general, estará diseñada en dos idiomas; español e inglés.

El Cantón Mejía es uno de los cantones de la Provincia de Pichincha, se encuentra ubicado al suroeste de la misma, a 35 km de la ciudad de Quito, tiene una superficie de 1.422, 9 Kms 2, es una zona que ocupa varios pisos altitudinales desde el bosque nublado en la zona de Manuel Cornejo Astorga hasta los páramos en la zona alta de Machachi.

En todo el Cantón Mejía existen 62 lugares entre naturales y culturales turísticamente atractivos. Dentro de la parroquia urbana de Machachi existen 23 elementos de interés turístico, 10 en el núcleo periférico rural desde los Bosques Montanos Altos hasta los Páramos y nieves perpetuas que dan lugar a continuos desplazamientos dentro de las reservas naturales públicas y privadas, y áreas de influencia comunitaria, de todas estas el Parque Nacional Cotopaxi proyecta la motivación real de atracción por la jerarquía de volcán y por su categoría de manejo siendo una de las áreas protegidas con mayor número de visitantes al año a nivel continental. Se contrasta su belleza paisajística con 13 expresiones socioculturales ubicadas en

el centro urbano, pues la cultura chagra ha generado eventos institucionalizados programados en el calendario turístico del país (Ilustre Municipio del Cantón Mejía, 2009).

Para la operación turística dentro del Cantón Mejía existen dos operadoras de turismo, Tiempo libre y Mejia`s Tour, estas agencias no se rigen a las normas que plantean las instituciones reguladoras de la actividad turística y no se encuentran registradas en el Ministerio de Turismo, una agencia operadora que trabaja en la zona alta de Machachi, Puma pucará, cuyo nombre comercial es Tierra del Volcán, esta agencia fue creada para evitar intermediarios entre las haciendas el Porvenir, Santa Rita y el Tambo, ofreciendo paquetes similares en las tres haciendas.

Al existir una demanda insatisfecha que busca nuevas opciones para realizar turismo dentro de este cantón, se contempla la idea de crear una agencia operadora que exige la presencia de una operadora que brinde calidad y seguridad en sus servicios.

La agencia operadora de turismo de aventura “Tierra Grande Tours Cia. Ltda..” es una empresa dedicada a la prestación de servicios turísticos como:

- ✓ Elaboración y venta de tours dentro del Cantón Mejía.
- ✓ Proveer de insumos a turistas directos y a las hosterías del Cantón Mejía para actividades turísticas como: escalada, camping, trekking, birdwatching, bicycling, etc.

## **OBJETIVO GENERAL**

- Diseñar el plan de negocios de la tour operadora “Tierra Grande Tours” que constituye una guía que permite la planificación, coordinación, organización y control de los recursos y actividades permitiendo ser más eficientes en la gestión del proyecto y minimizar los riesgos futuros mediante la toma de decisiones.

## OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Conocer la rentabilidad de la creación de una tour operadora de turismo de aventura en el Cantón Mejía.
- Realizar un estudio de mercado en la ciudad de Quito que permita conocer las necesidades insatisfechas y permita diseñar los productos que se ofrecerán.
- Convertir a “Tierra Grande Tours” en un nexo entre prestadores de servicios y turistas dentro del Cantón Mejía.

Este plan de negocio constituye una herramienta metodológica fundamental para la implementación de la agencia operadora de turismo de aventura “Tierra Grande Tours. Cia. Ltda.”, ya que se analizará la oferta real y la oferta potencial de todo el cantón Mejía de manera integral. Se determinarán los principales establecimientos de alojamiento y alimentación con los que nuestra empresa trabajará bajo convenios de cooperación y desarrollo mutuo, para esto se buscarán los catastros turísticos que ya existen y se realizarán visitas de campo a los establecimientos. Se jerarquizarán los atractivos que están dentro del inventario del cantón Mejía para determinar los de mayor interés turístico.

Por medio de un FODA de las empresas operadoras de turismo que se encuentran trabajando dentro del Cantón Mejía se planteó las estrategias y acciones a seguir y lograr el éxito de nuestra empresa.

Dentro del estudio de mercado se determinaron los consumidores potenciales y objetivos que tendrá “Tierra Grande Tours”, se realizó una encuesta para determinar que productos son más solicitados por los turistas nacionales.

El análisis financiero permitió conocer la rentabilidad de nuestra empresa para esto se analizarán los costos y gastos mensuales, inversión inicial en capital económico, inversión en equipos e insumos, dinero necesario para operar mensualmente. Se determinaron cuantos paquetes son necesarios para lograr nuestro punto de equilibrio y no tener ni pérdidas ni ganancias.

# **CAPÍTULO 1: LA EMPRESA**

## **Misión, Visión y Objetivos Generales**

### **Misión:**

“Tierra Grande Tours es una agencia operadora de turismo que diseña, promociona y vende tours especializados en áreas naturales dentro del Cantón Mejía, combinando el turismo de aventura, turismo cultural y turismo gastronómico para involucrar a turistas nacionales y extranjeros con el medio natural, cultural y la gastronomía de esta zona. Además se constituye en un nexo entre prestadores de servicios y turistas por medio del alquiler de insumos para realizar actividades turísticas de aventura. Creemos que la seriedad y la calidad de los servicios ofertados son nuestra carta de presentación para un público exigente e interesado en conocer las maravillas ocultas que este cantón pone a su disposición”.

### **Visión:**

“Para el año 2013 ser la primera agencia operadora de turismo de aventura del Cantón Mejía que ofrezca tours especializados en áreas naturales, garantizando la calidad de nuestros servicios y brindando al turista nacional y extranjero diferentes actividades que se fusionan y complementan para lograr experiencias inolvidables enfocadas con el respeto a la naturaleza y sus formas de vida. Contribuiremos con nuestra actividad a generar fuentes de ingreso para el cantón”.

### **Objetivos Generales:**

- Posicionarse como el principal operador de tours en áreas naturales dentro del Cantón Mejía.
- Convertirnos en una empresa seria que promocióne los atractivos naturales y culturales que tiene el Cantón Mejía a nivel nacional e internacional.
- Ser una empresa creativa en el diseño de tours, ofreciendo variedad en las actividades planificadas y brindando accesibilidad a los diferentes turistas con los que trabajaremos.

## Descripción del nuevo producto

Esta es una empresa turística que se encarga del diseño, planificación y operación de tours en los que priman actividades culturales, de aventura y gastronomía que forman parte del patrimonio turístico del Cantón Mejía.

Nos especializamos en promocionar las áreas naturales que forman parte tanto del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (S.N.A.P.), así como iniciativas privadas que promueven la conservación; dentro de estas tenemos:

- Parque Nacional Cotopaxi (S.N.A.P.).
- Refugio de Vida Silvestre Pasochoa (S.N.A.P.).
- Reserva Ecológica los Illinizas (S.N.A.P.).
- Área Nacional de Recreación el Boliche (S.N.A.P.).
- Santa Rita (Reserva Privada).
- Reserva Biológica la Hesperia (Reserva Privada).

Las oficinas se encuentran en el centro de la ciudad de Machachi por ser la cabecera cantonal y considerarse como un punto estratégico y el centro de operaciones de nuestra empresa; se contará con una página web interactiva y diseñada en 2 idiomas, inglés, español para así permitir a los turistas, agencias internacionales y mayoristas conocer sobre el tipo de servicios que ofrecemos.

Se realizarán tours de 1 y 2 días dentro del Cantón Mejía en los cuales se tratará de brindar diferentes alternativas de ocio, esparcimiento y aventura. Para esto dentro del cantón encontramos una variedad de atractivos naturales y culturales como:

<b>ESPACIOS NATURALES</b>	<b>ESPACIOS CULTURALES</b>
<b>Montañas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Volcán Cotopaxi, Atacazo, Sincholagua, Rumiñahui, Pasochoa e Ilinizas</li></ul>	<b>Históricas</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Arquitectura religiosa Santuario de la Virgen de los Dolores, Iglesia Matriz de Machachi, Iglesia Tucuso</li></ul>

- Montaña Corazón,
- Cerro La Viudita
- Colina Mirador Santa Rosa

#### **Planicies**

- Valle de los Pedregales

#### **Ambientes Lacustres**

- Lagunas Limpiopungo, Santo Domingo

#### **Ríos**

- Ríos Toachi Pilatón, Chisinche, Corazón, Santa Ana
- Cascadas San Luís, Napac, Canchacoto, Cascadas del Río Chisinche, del Río Corazón, Comunidad unión de Dos Ríos, Silante
- Riachuelo que Desemboca en el Río Cristal

#### **Bosques**

- Bosque Toachi Pilatón, Bombolí y Bosque Asociación Agropecuaria San Francisco

#### **Aguas Subterráneas**

- Aguas Minerales Tesalia
- Aguas Termales La Calera

#### **Áreas Protegidas**

- Parque Nacional Cotopaxi
- Reserva Ecológica Los Ilinizas
- Reserva Privada Santa Rita
- Reserva Biológica La Hesperia
- Refugio de Vida Silvestre Santa

e Iglesia de Uyumbicho.

- Lugar histórico Estación del Tren Aloasí y Tambillo, Minas de Sarapullo y Antigua Carretera García Moreno

- Arquitectura popular Agri-Cayetano, Hacienda Chisinche y Ugshapamba

- Ruinas Pucara Inga Corral, Pucara el Salitre

#### **Etnográficas**

- Creencia popular del Señor de Casanto, Fiesta de la Virgen de la Merced.

- Artesanías Talabartería, Feria de los Barros

- Obra de Arte Cara del Diablo

- Comidas y Bebidas Típicas Feria de la Fritada

- Grupos Étnicos Comunidad San Bartolomé, Cultura Chagra

- Ferias y mercados; Mercado de Machachi

#### **Realizaciones Técnicas**

- Obra Tecnológica INIAP, Reservorio San Luis

#### **Realizaciones Artísticas**

- Domingos Culturales

#### **Acontecimientos Programados**

- Paseo Procesional del Chagra, Toma de la Plaza, El Cascaronazo, El Pamplonazo de Machachi,

Fuente: Ilustre Municipio del Cantón Mejía, 2009.

Elaboración: Liliana Gutiérrez.

En nuestra página web se colocará una descripción de todos los atractivos del cantón y se permitirá a los turistas seleccionar los lugares que desean visitar, tomando en cuenta características como distancia, accesibilidad y costo lograremos que nuestros servicios sean personalizados.

## **Descripción del modelo de negocio**

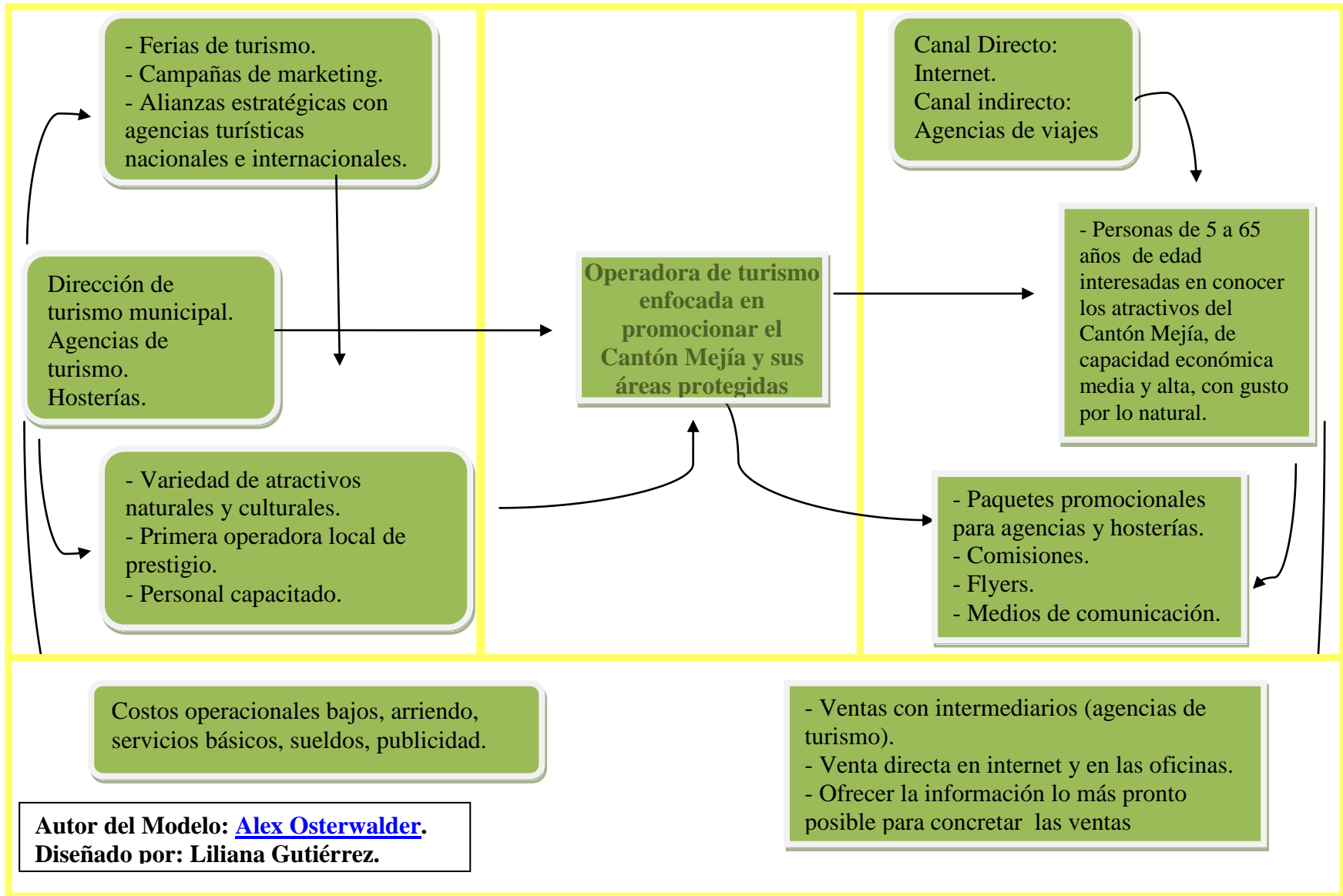
Al conocer los servicios que nuestra empresa dispone, los clientes tendrán la seguridad de que ofrecemos servicios de calidad, para esto contamos con personal capacitado en guianza y operación turística, gracias a nuestra página web interactiva diseñamos el paquete turístico dependiendo de los gustos y exigencias de los turistas.

Realizaremos encuestas de satisfacción periódicas para conocer las recomendaciones que los turistas tienen de acuerdo al servicio recibido, se creará un blog dentro de nuestra página para conocer las experiencias que los turistas tuvieron al adquirir nuestros servicios, así como se escribirá un diario con cada grupo de turistas, describiendo los lugares visitados y resumiendo las actividades realizadas.

Se realizarán alianzas estratégicas con agencias de viajes nacionales e internacionales, hosterías del Cantón Mejía y con la Empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos, además participaremos en las ferias de turismo nacionales para dar a conocer el cantón, esto lo haremos con la ayuda de la Dirección de Desarrollo Turístico y Productivo municipal quienes son los encargados de la promoción y desarrollo del turismo a nivel local.

Se pretende constituir a Tierra Grande Tours. Cia. Ltda., en la primera agencia operadora de turismo dentro del cantón que cuente con todos los permisos que rige la ley de turismo para brindar confianza y seguridad a nuestros clientes.

Las ventas se realizarán por medio de dos canales directo: la venta directa a los turistas ya sea en nuestras oficinas o vía internet y el indirecto por medio de agencias de turismo nacionales e internacionales.



## **Análisis competitivo**

Es importante conocer sobre las empresas que compiten con nuestro negocio, es por eso que haremos un análisis local con empresas que se encuentran ubicadas dentro del Cantón Mejía.

A nivel local existen:

- Mejia's Tour.
- Tiempo Libre.
- Tierra del Volcán.

Haremos un análisis muy detallado sobre las principales características de cada una de ellas para determinar cuáles podrían ser nuestras ventajas y determinar las acciones a tomar para lograr sobresalir ante cada una de ellas.

Dentro de las empresas que venden atractivos que se encuentran dentro del cantón y no cuentan con un centro de operaciones dentro del mismo, tenemos varias ya que el acceso norte al Parque Nacional Cotopaxi se encuentra en la parroquia de Machachi y este es uno de los atractivos más importantes al momento de la planificación de los tours en el Ecuador, para esto contamos con una lista de las empresas que más tours venden dentro del cantón:

- Ecoandes Travel.
- Viventura.
- Ecole travel.
- Bikiing deutchman.

Estas agencias son operadoras de turismo a nivel nacional pero muchas de ellas utilizan los servicios de otras agencias operadoras dentro de determinados lugares, en Machachi se contactan con Tierra del Volcán que es una agencia consolidada dentro de este mercado y referente de la operación turística en el Cantón Mejía.

<b>Empresa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Servicios</b>	<b>Precios referenciales</b>	<b>Principales clientes</b>
<b>TIERRA DEL VOLCÁN PUMAPUCARÁ S.A.</b>	<p>Esta empresa se constituye como una tour operadora que trabaja en tres diferentes haciendas, El Porvenir, El Tambo y Santa Rita.</p> <p>Sus tours incluyen recorridos por las tres haciendas en las que se ofrecen servicios de transporte, guianza (bilingüe), alojamiento y alimentación, se especializan en cabalgatas y en conocer la zona del Parque Nacional Cotopaxi y sus áreas de amortiguamiento.</p> <p>Además promocionan tours a nivel nacional.</p>	Alojamiento	Desde 35\$ a 132\$	Viventura, Cometa Travel, Ecole,
		Alimentación	Desde 4\$ a 14\$	
		Recreación Paseos a caballo hasta trekking al volcán	Desde 17\$ a 708 \$	

<b>Empresa</b>	<b>Descripción</b>	<b>Servicios</b>	<b>Precios referenciales</b>	<b>Ubicación</b>
<b>TIEMPO LIBRE</b>	Esta en una agencia que opera desde hace 2 años dentro del cantón, sin embargo hace 6 meses dejó de trabajar bajo esta denominación, de la información recolectada, el propietario manifiesta que este establecimiento estaba registrado en el Ministerio de Turismo, pero debido al pago muy elevado de impuestos se retiró y en la actualidad el Sr. Alonso Caiza trabaja de forma independiente, bajo ninguna razón social, sin embargo al revisar los catastros del ministerio no se encuentra este establecimiento.	Actividades de alta montaña como ciclismo, camping, trekking, andinismo.	\$120 - \$190 Subida al Cotopaxi. Incluye honorarios del guía, box lunch y transporte para máximo 4 personas.	Cuidad de Machachi. Teléfono 2315985 Sr. Alonso Caiza.

Empresa	Descripción	Servicios	Precios referenciales	Ubicación
<b>MEJIA'S TOUR</b>	Esta agencia operadora, abrió hace un año y medio, pero por problemas económicos de su propietario ya no funciona, el Sr. Miguel Parra manifiesta que este establecimiento estaba registrado en el Ministerio de Turismo, pero al revisar los catastro no se encuentran expedientes de establecimientos activos e inactivos.	Se realizan actividades de aventura como caminatas, especialmente con colegios de la ciudad de Quito.	\$70 por día incluye transporte, alimentación, las carpas para la pernoctación las llevan los turistas.	Cuidad de Machachi. Teléfono 2314407 Sr. Miguel Parra.

## Personal

Para establecer el tipo de personal que trabajara en nuestra empresa se realizó un análisis a dos empresas diferentes:

La primera Huyayay Travel, esta es una empresa nueva en el mercado, trabajan 3 personas para no tener costos fijos elevados, se manejan en 3 departamentos: gerencia, operaciones y marketing. Algunas de las actividades son compartidas por el personal.

La segunda Cometa Travel, esta empresa lleva en el mercado 5 años, dentro de ella trabajan 7 personas, se divide en 4 departamentos: gerencia, operaciones, contabilidad y marketing, cuentan con mensajeros y conserjes, el número de empleados depende de la estabilidad económica que esta empresa ha logrado mantener durante el tiempo de operaciones.

Haciendo una comparación entre estas dos agencias operadoras, se ha tomado la decisión de contratar el siguiente personal, el mismo que desarrollará diferentes actividades como:

<u>Departamento</u>	<u>Cargos</u>	<u>Tipo</u>	<u>Descripción de funciones</u>
<b>Gerencia General</b>	Gerente	Fijo	<ul style="list-style-type: none"><li>➤ Representante legal de la empresa nacional e internacionalmente.</li><li>➤ Dirigir al personal y planificar las actividades</li><li>➤ Coordinación de todos los departamentos de la agencia.</li><li>➤ Desarrollar estrategias generales para alcanzar los objetivos y metas propuestas (evaluaciones por grupo).</li><li>➤ Soporte de la empresa a nivel general.</li></ul>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Seleccionar personal y desarrollar programas de entrenamiento para potenciar sus capacidades.</li> <li>➤ Ejecutar los planes y estrategias de marketing para conseguir mercado.</li> <li>➤ Controlar al departamento de contabilidad.</li> <li>➤ Medir continuamente la ejecución y comparar resultados reales con los planes y estándares de ejecución (autocontrol y Control de Gestión).</li> <li>➤ Negociación directa con los turistas y empresas.</li> <li>➤ Venta de paquetes turísticos al por mayor y menor.</li> <li>➤ Cerrar contratos de trabajo.</li> </ul>
<b>Contabilidad</b>	Contador	Variable	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Análisis de los aspectos financieros de la empresa.</li> <li>➤ Manejo de la contabilidad general de la empresa.</li> <li>➤ Control de costos con relación al valor producido, principalmente con el objeto de que la empresa pueda asignar a sus productos un precio competitivo y rentable.</li> <li>➤ Manejo de cuentas por cobrar y cuentas por pagar.</li> <li>➤ Pago de impuestos.</li> <li>➤ Recibir y archivar facturas, notas de ventas, recibos y demás documentos.</li> <li>➤ Emitir facturas, recibos y demás documentos pertinentes.</li> </ul>
<b>Reservas y</b>	Secretaria	- Fijo	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recibir y atender a los turistas.</li> </ul>

<b>operaciones</b>	Recepcionista		<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Recibir documentos que lleguen para la empresa.</li> <li>➤ Informar sobre las actividades y servicios que ofrece la operadora.</li> <li>➤ Subir información a la página web de la empresa.</li> </ul>
	Operador turístico	Fijo	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Determinar los recorridos a ser vendidos.</li> <li>➤ Planificación y logística de los tours.</li> <li>➤ Emitir órdenes de trabajo para cada uno de los proveedores (guías y transporte).</li> <li>➤ Realizar las reservas en establecimientos de (alojamiento, alimentación y recreación).</li> <li>➤ Gestionar alianzas estratégicas con los establecimientos turísticos.</li> <li>➤ Dar seguimiento a los tours que se están realizando por medio de la comunicación continua con los guías.</li> <li>➤ Recibir la evaluación por parte de los turistas por los servicios recibidos.</li> <li>➤ Vender los tours a nivel nacional.</li> </ul>
<b>Guianza</b>	Guías	Variable	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Acompañar durante el viaje a los turistas.</li> <li>➤ Ejecución de los tours vendidos.</li> <li>➤ Colaborar con la solución de conflictos o eventuales problemas que ocurrieran durante el viaje.</li> <li>➤ Organizar el itinerario y colaborar con la planificación turística.</li> </ul>
<b>Mantenimiento</b>	Conserje / Mensajero	Fijo	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Velar por el mantenimiento de los equipos de la empresa como carpas, bicicletas, arneses, slingas, etc.</li> <li>➤ Entrega de documentos dentro y fuera de la</li> </ul>

			ciudad. ➤ Limpieza de las oficinas. ➤ Ayudar en la entrega de equipos de turismo.
--	--	--	-----------------------------------------------------------------------------------------

### **Análisis D.A.F.O. estratégico**

Por medio del análisis D.A.F.O. de nuestra empresa se plantean una serie de propuestas para corregir o atenuar debilidades y amenazas y crear estrategias para aprovechar las fortalezas y oportunidades.

Se detallan aspectos internos negativos que impiden el crecimiento de la empresa (debilidades), así como las características positivas internas de toda nuestra organización (fortalezas), relacionados con aspectos financieros, servicio al cliente, mercadeo, organización interna, etc.

Se realiza el análisis externo, detallando situaciones negativas de la empresa que no permiten cumplir las metas y objetivos propuestos a largo y corto plazo (amenazas), y las situaciones externas positivas (oportunidades) que al identificarlas pueden ser aprovechadas para nuestro éxito empresarial.

<b>FORTALEZAS</b>	<b>OPORTUNIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal altamente capacitado para el desarrollo de actividades turísticas. Capaz de responder con profesionalismo cualquier inconveniente y brindando el mejor servicio.</li> <li>• Ser una empresa responsable con el medio ya que buscaremos el desarrollo sostenible de la zona tomando en cuenta los recursos humanos y naturales.</li> <li>• Ser una empresa que se dedica a trabajar en un determinado sector que aun no es muy</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser la primera agencia operadora de turismo del Cantón Mejía.</li> <li>• Cercanía con la ciudad de Quito que es el mercado meta que se pretende captar.</li> <li>• Contar con variedad de atractivos turísticos accesibles que permiten desarrollar diferentes tipos de tours para diferentes segmentos del mercado.</li> <li>• Establecimiento de convenios con hosterías del Cantón para convertirnos en proveedores de equipos y servicios.</li> </ul>

<p>explotado turísticamente y que tiene un fuerte potencial turístico a nivel nacional e internacional.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal conocedor de la zona, que busca dar a conocer los atractivos escondidos de este cantón.</li> <li>• Contar con todos los permisos que rige la Ley de Turismo para este tipo de establecimientos y así brindar seguridad y respaldo a los clientes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Vinculación con la Dirección de Turismo del Cantón Mejía (entidad pública) para la difusión turística del cantón.</li> <li>• Ser parte de la industria turística que es la cuarta fuente de ingresos económicos para el país y considerada como la industria sin chimenea.</li> </ul>
<b>DEBILIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ser una empresa nueva que no es conocida tanto por clientes como por proveedores de clientes (Agencias de viajes y operadoras nacionales).</li> <li>• Presencia de operadoras ya consolidadas que trabajan a nivel nacional.</li> <li>• Costos por constitución para operar elevados a diferencia de agencias ilegales que no cumplen estos requisitos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La estacionalidad turística.</li> <li>• La falta de promoción turística del cantón a nivel nacional e internacional.</li> <li>• Pocos convenios con proveedores de clientes.</li> </ul>

Después de determinar estas características de la empresa se planifican las estrategias que nuestra empresa tomará.

<b>ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN</b>	<b>ESTRATEGIAS DE SUPERVIVENCIA</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Aprovechar los recursos turísticos que están disponibles en la zona para diversificar la oferta.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cumplir con las leyes vigentes de turismo para brindar confiabilidad a nuestros turistas.</li> <li>- Realizar un manejo sustentable tomando en cuenta la triple línea base (social, económico, ambiental) en cada una de las</li> </ul>

	operaciones de nuestra empresa.
<b>ESTRATEGIAS OFENSIVAS</b>	<b>ESTRATEGIAS DEFENSIVAS</b>
- Contamos con todos los conocimientos necesarios para la elaboración de productos, estrategias de marketing y ventas, que nos diferenciarán en el mercado ya que somos una empresa seria que brinda calidad durante la prestación de nuestros servicios.	- Ser proactivos y estar listos frente a la posible competencia, para esto buscaremos certificaciones de excelencia tanto en nuestros productos como en nuestras operaciones. - Contar con apoyo de instituciones públicas y privadas para el fortalecimiento del turismo de todo el Cantón.

Estas estrategias se las elaboran de la siguiente manera:

#### ESTRATEGIAS SUPERVIVENCIA

- DxA

#### ESTRATEGIAS DEFENSIVAS

- FxA

#### ESTRATEGIAS DE ADAPTACIÓN

- DxO

#### ESTRATEGIAS OFENSIVAS

- FxO

### **Protección y marco legal**

Según la Ley de Compañías, la operadora turística se constituirá bajo la forma de compañía limitada, que está integrada por tres o más personas que responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social.

El capital de la compañía estará formado por las aportaciones de los socios y no será inferior al monto fijado por el Superintendente de Compañías. Estará dividido en participaciones expresadas en la forma que señale el Superintendente de Compañías 400 dólares americanos.

Al constituirse la compañía, el capital estará íntegramente suscrito, y pagado por lo menos en el cincuenta por ciento de cada participación. Las aportaciones pueden ser en numerario o en especie y, en este último caso, consistir en bienes muebles o inmuebles que correspondan a la actividad de la compañía. El saldo del capital deberá integrarse en un plazo no mayor de doce meses, a contarse desde la fecha de constitución de la compañía (Ley de Compañías, Art. 102).

## **Estrategias de entrada y crecimiento**

### **Estrategia de promoción**

- Creación de una página web interactiva en dos idiomas, en la cual se colocará información actual, comentarios sobre personas que han consumido nuestros servicios y noticias de información sobre el turismo del Cantón Mejía, esta página permitirá difundir la información de forma eficaz ya que esta será accesible en todos los rincones del mundo.
- Realizar alianzas estratégicas y firmas de convenios de cooperación mutua con agencias de viajes nacionales e internacionales, empresas públicas y privadas de interés turístico que consideren al Cantón Mejía dentro de sus itinerarios de recreación, para esto se enviarán proformas y publicidad de todo el cantón.
- Relacionarse estrechamente con la Dirección de Turismo Municipal, para acceder a ferias de turismo y eventos que tengan que ver con la promoción turística del cantón como un destino turístico de fácil acceso y de variedad de atractivos.

### **Estrategias de precios**

- Para determinar si los precios que manejamos dentro de nuestra operadora están acordes a las expectativas de los clientes, se realizarán constantes estudios de mercado, antes, durante y después de la adquisición de nuestros servicios.

- Diseñar diferentes tipos de paquetes, con diferentes opciones de acomodación, alimentación y actividades de recreación para tener una gama de productos a diferentes precios e incrementar el número de clientes.

### **Estrategia de posicionamiento**

En base a las conclusiones sobre la competencia “Tierra Grande Tours, Cia. Ltda.” se constituye en la primera agencia operadora de turismo que trabaja dentro del Cantón Mejía y lo promociona de forma integralmente, tomando en cuenta todos los atractivos turísticos tanto naturales como culturales.

Se desarrollarán actividades culturales con el apoyo de las autoridades municipales y organizaciones que apoyan el desarrollo del turismo como el Consorcio para el Desarrollo del Cantón Mejía (CODECAME).

## **CAPÍTULO 2. MERCADO**

### **Definición de la industria**

El turismo es una actividad social y económica relativamente joven que engloba a varios sectores económicos de la sociedad y una varias disciplinas del saber humano, es por eso que se dificulta establecer una definición específica para la actividad turística.

Así por ejemplo en economía su definición se concentra en el consumo, en psicología la definición se basa en conocer los comportamientos turísticos, en la geografía se habla sobre el territorio. Varios han sido los expertos en turismo que han dado definiciones al turismo entre ellos tenemos:

Fuster Fernández (1985) menciona que el turismo es el conjunto de los fenómenos originados por los viajes. Estos se originan en un mercado, forman y engrosan las corrientes turísticas y se dirigen a los núcleos receptores.

Burkart y Medlik (1981): “El turismo son los desplazamientos cortos y temporales de la gente hacia destinos fuera del lugar de residencia y trabajo, y las actividades emprendidas durante la estancia en esos destinos”.

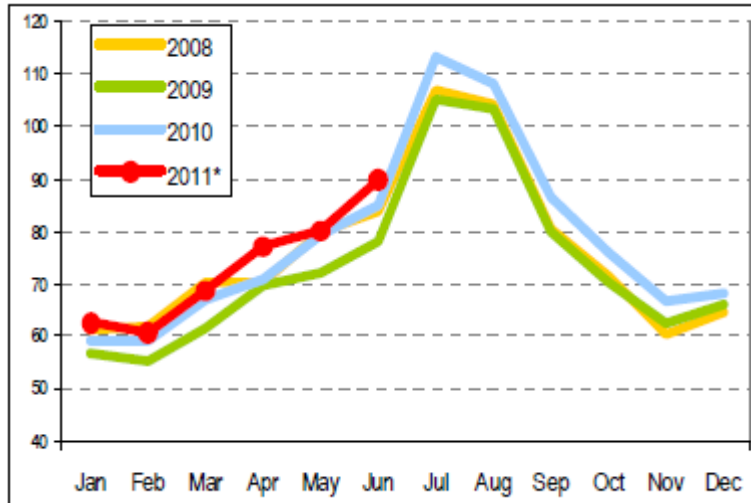
Mathieson y Wall (1982): “El turismo es el movimiento temporal de la gente, por períodos inferiores a un año, a destinos fuera del lugar de residencia y de trabajo, las actividades emprendidas durante la estancia y las facilidades creadas para satisfacer las necesidades de los turistas”.

Las Naciones Unidas por medio de la OMT (Organización Mundial del Turismo), definen esta actividad como:

“El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período de tiempo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos” (Crosby, A. y Moreda, A. 1996).

El turismo actualmente se ha convertido en un tema fundamental de la agenda política de numerosos países que han desarrollado políticas públicas que afectan a la promoción, planificación y comercialización como una pieza clave del desarrollo económico. Se mejora la formación desarrollando planes de capacitación especializados, esto ha ayudado a que se desarrolle notablemente en el último año.

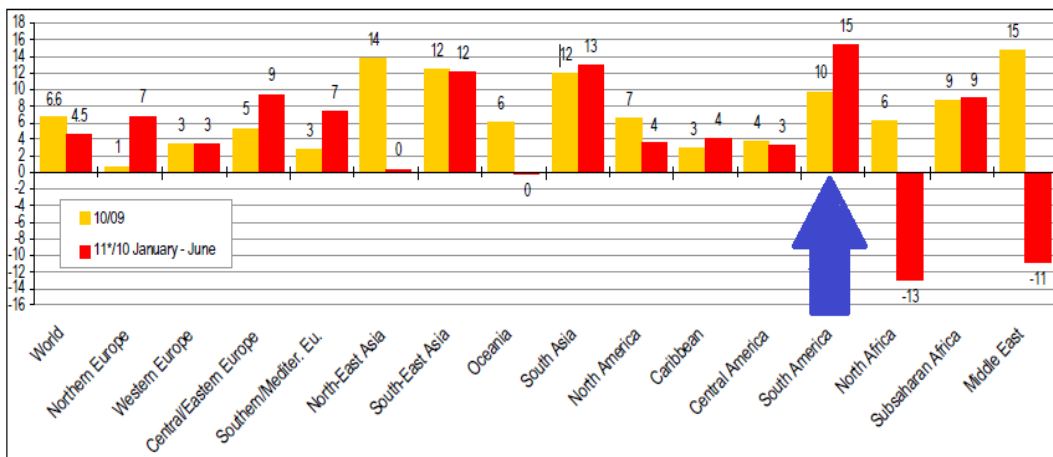
### Crecimiento del turismo internacional (2008 – 2011)



Autor: Organización Mundial del Turismo

Como se puede observar en el gráfico, durante el primer semestre del 2011 el turismo internacional ha crecido un 4.5% en relación al mismo periodo durante el 2010, es decir se registró un incremento de 19 millones de llegadas durante los inicios del 2011, la tendencia va en aumento ya que aun no se registran los datos de la temporada alta que son Julio y Agosto, meses en los cuales se registran mayores números de llegadas.

### Crecimiento del turismo por regiones (2010 – 2011)



Autor: Organización Mundial del Turismo.

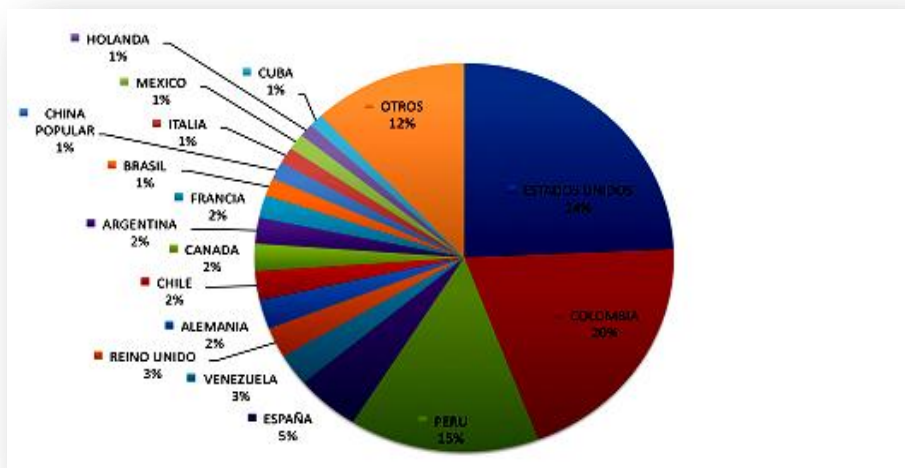
Con datos hasta el primer semestre del 2011, se puede observar que el turismo en América del Sur, aumento exponencialmente de un 10% a un 15% de visitas totales, ubicándose así como la región de más llegadas internacionales a nivel mundial.

En el Ecuador el Turismo es una de las principales actividades económicas ya que un gran porcentaje de la población participa directa e indirectamente en esta actividad. En el 2010 ocupó el cuarto lugar en generación de divisas, después del petróleo, banano, camarón que son actividades de producción y se coloca primera como una actividad de servicio.

AÑO	TURISMO	PETROLEO	BANANO	CAMARON	DER. PETRO	PROD. ELAB	METALES MANUFAC	FLORES
2009	674,2	6.284,13	1.995,65	664,42	680,51	650,11	532,75	543,7
UBICACION	4	1	2	5	3	6	8	7
2010	786,7	8.951,94	2.032,77	849,67	721,29	622,51	707,64	607,77
UBICACION	4	1	2	3	5	7	6	8

Fuente: Banco Central del Ecuador  
 Elaboración: Liliana Gutiérrez

La mayor parte de los visitantes extranjeros a territorio ecuatoriano provienen de Estados Unidos con el 24%, desde los países vecinos, Colombia y Perú con 20% y 15% respectivamente, de España con un 5% y de Canadá con el 2%. Después, el turismo proviene desde Europa, y principalmente de Inglaterra, Alemania, Francia e Italia que abarcan el 8% del total de llegadas. Así mismo desde los países sudamericanos como Venezuela, Chile, Argentina y Brasil con un 8% de llegadas.



Fuente: Políticas Turística 2009 - 2013

Según datos del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC) y de la Dirección Nacional de Migración, la llegada de extranjeros al Ecuador ha tenido un incremento del 8.16% en el primer semestre del 2011 en relación al 2010, esto da a notar que las estrategias de promoción que se hacen a nivel internacional están dando buenos resultados y que el Ecuador está siendo considerado como un destino importante al momento de elegir opciones de viaje.

<b>LLEGADA DE EXTRANJEROS</b>						
	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>VAR%</b> 2011/2010
<b>ENE</b>	84.070	92.378	86.544	96.109	105.541	<b>9,81</b>
<b>FEB</b>	69.534	74.174	72.742	89.924	86.424	<b>-3,89</b>
<b>MAR</b>	74.929	77.946	72.226	82.452	87.486	<b>6,11</b>
<b>ABR</b>	67.788	67.557	72.910	70.540	87.509	<b>24,06</b>
<b>MAY</b>	68.583	74.667	70.277	77.618	82.811	<b>6,69</b>
<b>JUN</b>	85.769	89.262	89.889	91.602	99.944	<b>9,11</b>
<b>Sub total</b>	<b>450.673</b>	<b>475.984</b>	<b>464.588</b>	<b>508.245</b>	<b>549.715</b>	<b>8,16</b>
<b>JUL</b>	101.088	109.250	102.571	110.545		
<b>AGO</b>	91.309	96.336	87.221	95.219		
<b>SEP</b>	64.966	73.757	68.124	71.776		
<b>OCT</b>	72.365	79.814	77.960	83.701		
<b>NOV</b>	73.273	83.458	76.965	81.253		
<b>DIC</b>	83.813	86.698	91.070	96.359		
<b>TOTAL</b>	<b>937.487</b>	<b>1.005.297</b>	<b>968.499</b>	<b>1.047.098</b>		

Fuente: Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2009- 2010)

Dirección Nacional de Migración (2008 - 2011)

Elaboración: Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística

Ministerio de Turismo

Según un estudio titulado “El Turismo en Ecuador – Año 2006”, realizado por la Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España de Quito, se define que el perfil del visitante extranjero que llega al Ecuador es: personas con estudios de posgrado o universitarios, que viajan solos, visitaron Ecuador más de una vez, gestionaron los billetes ellos mismos a través de Internet o de amigos y familiares e hicieron un gasto promedio de \$756 dólares por persona.

Los motivos de las visitas fueron la recreación o el esparcimiento, aunque también el encuentro con amigos y familiares o los negocios o motivos profesionales. Entre las actividades más solicitadas se encuentran las visitas a comunidades indígenas, práctica de deportes, diversión y observación de flora y fauna.

Al no contar con datos específicos y estadísticas que permitan conocer el número de turistas que visitan el Cantón Mejía y consumen los servicios que se ponen a disposición se procederá a tomar en cuenta los datos del número de ingresos a las áreas protegidas que se ubican dentro de la jurisdicción de todo el cantón.

Las áreas protegidas que son parte del SNAP y que se ubican dentro del cantón son:

- Parque Nacional Cotopaxi
- Refugio de Vida Silvestre Pasochoa
- Reserva Ecológica los Illinizas
- Área Nacional de Recreación el Boliche

La afluencia de turistas hacia el Cantón Mejía tomando en cuenta las áreas protegidas que se encuentran dentro del clúster de los Andes es del 42 %, es decir gran cantidad de turistas visitan el Cantón Mejía. Existen 2 razones principales para explicar la afluencia; se encuentra muy cerca de la ciudad de Quito que cuenta con el aeropuerto internacional más importante del país y se encuentra en la vía denominada troncal de la Sierra como es la Panamericana sur que conecta a las ciudades de la Sierra (Ilustre Municipio del Cantón Mejía, 2009).

El Cantón Mejía considera al turismo como una actividad socioeconómica principalmente para generar ingresos y empleo, por esto quienes forman parte de esta actividad son los servicios de alojamiento, alimentación y recreación y en menor proporción la operación turística.

En el cantón Mejía se han registrado 137 prestadores de servicios turísticos, 35 con características de alojamiento, 90 de alimentos y bebidas, y 12 de distracción y

esparcimiento, datos actualizados al 2009, este cantón está formado por 8 parroquias: Machachi como cabeza cantonal, Uyumbicho, Aloag, Aloasi, El Chaupi, Conejo Astorga, Tambillo y Cutuglahua las cuales cuentan con oferta turística distribuida de la siguiente forma:

<b>NUMERO DE ESTABLECIMIENTOS TURISTICOS EN EL CANTÓN MEJÍA</b>									
<b>TIPO DE ESTABLECIMIENTO /PARROQUIA</b>	<b>ALOAG</b>	<b>MACHACHI</b>	<b>ALOASI</b>	<b>CORNEJO ASTORGA</b>	<b>CUTUGLAHUA</b>	<b>EL CHAUPI</b>	<b>TAMBILLO</b>	<b>UYUMBICHO</b>	<b>TOTAL</b>
<b>ALOJAMIENTO</b>	3	11	8	3	1	3	3	3	<b>35</b>
<b>ALIMENTACION</b>	19	39	-	22	1	-	6	3	<b>90</b>
<b>DISTRACCION Y ESPARCIMIENTO</b>	3	4	2	1	1	1	-	-	<b>12</b>
<b>TOTAL</b>	<b>25</b>	<b>54</b>	<b>10</b>	<b>26</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>9</b>	<b>6</b>	<b>137</b>

Fuente: (Ilustre Municipio del Cantón Mejía, 2009).

Para que todas estas personas que viajan tanto al Ecuador como a otros lugares en el mundo existen distribuidores de los atractivos turísticos que básicamente cumplen con la función de poner a disposición los productos o servicios para que sean adquiridos por los turistas. Así se crea la oferta y demanda turística y como intermediario entre estos dos sectores del mercado los canales de distribución del sector turístico.

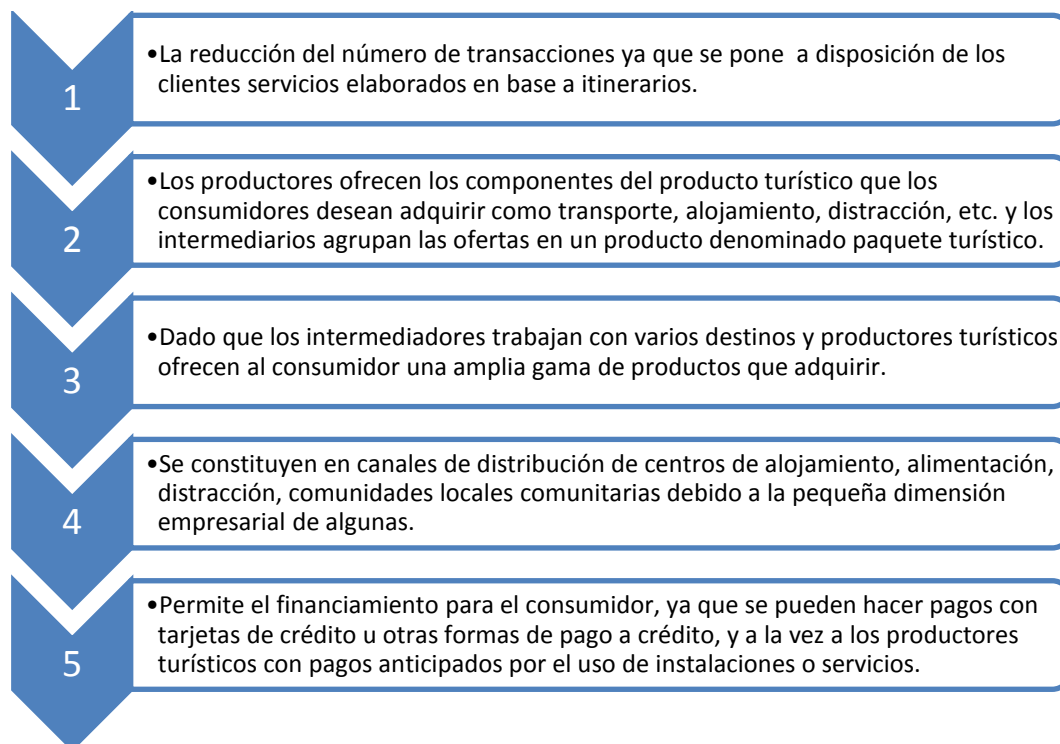
La actividad dentro del sistema de distribución a la que nuestra empresa se dedicará es, ser intermediario entre los atractivos turísticos, especialmente áreas naturales del Cantón Mejía y los turistas. Esto se debe a que en los últimos tiempos las actividades turísticas se desarrollan preferentemente dentro de las áreas naturales por la necesidad que tiene el hombre urbano por tener contacto con la naturaleza y el mundo rural debido a que las ciudades son consideradas como lugares hostiles donde el estrés y la tensión están presentes y se presenta la necesidad de buscar entornos agradables fuera de la congestión y la monotonía.

El uso recreativo de los espacios naturales ha traído consigo grandes beneficios para la sociedad rural, que encuentra en las actividades turísticas nuevas posibilidades de desarrollo económico y ese es uno de los principales objetivos de nuestra empresa.

En el Ecuador las modalidades de turismo aceptadas dentro del Sistema Nacional de Áreas Naturales Protegidas, son:

1. Turismo de Naturaleza.- Es la modalidad de turismo que se fundamenta en la oferta de atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc;
2. Turismo Cultural.- Es la modalidad de turismo que muestra y explica al turista los atractivos culturales de un destino turístico como: comunidades locales, comunidades indígenas, manifestaciones culturales, sitios culturales, históricos, arqueológicos, etc.
3. Turismo de Aventura.- Es la modalidad en la que el contacto con la naturaleza requiere de grandes esfuerzos y altos riesgos, tales como rafting, kayacs, regatas en ríos, surf, deportes de vela, rapel, cabalgatas, ciclismo de montaña, espeleología deportiva, montañismo, buceo deportivos, senderismo, caminatas, etc.
4. Turismo Científico o de Investigación.- Es aquella modalidad mediante la cual los científicos naturalistas pueden realizar investigaciones en ciencias naturales (biología, botánica, zoología biogeografía, ecología, etc.) en áreas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas, (Ecuador, 2004).

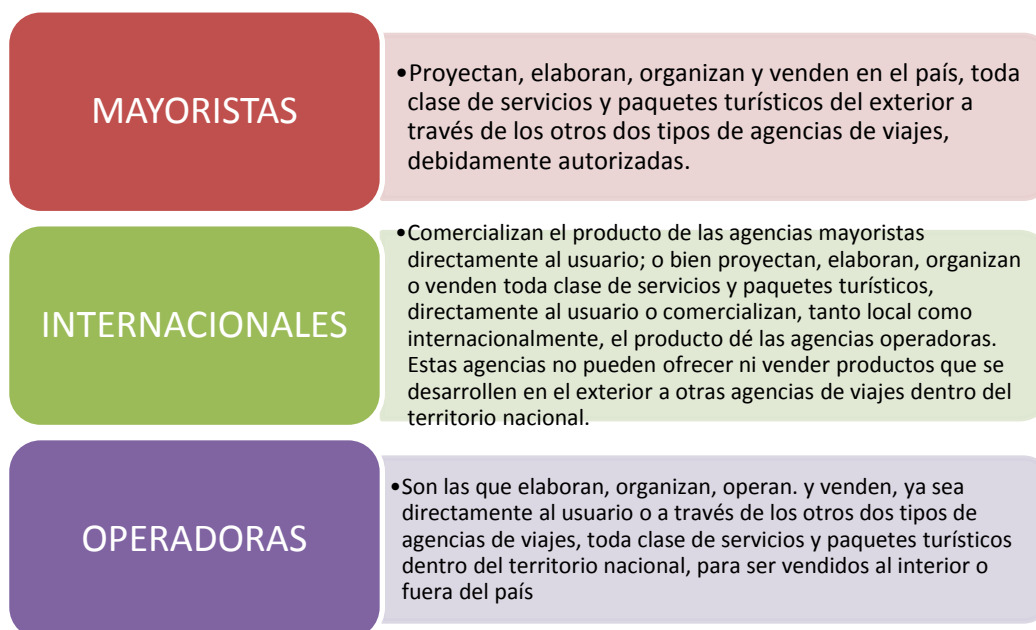
Entre las actividades de intermediación que se realizarán tenemos:



Fuente: Reglamento de Actividades turísticas, Ecuador 2.004

Elaboración: Liliana Gutiérrez

Dentro del turismo los intermediarios reciben el nombre de agencias de viajes, estas en razón del ámbito y extensión de sus actividades, se clasifican en:



Fuente: Reglamento de Actividades turísticas, Ecuador 2.004

Elaboración: Liliana Gutiérrez

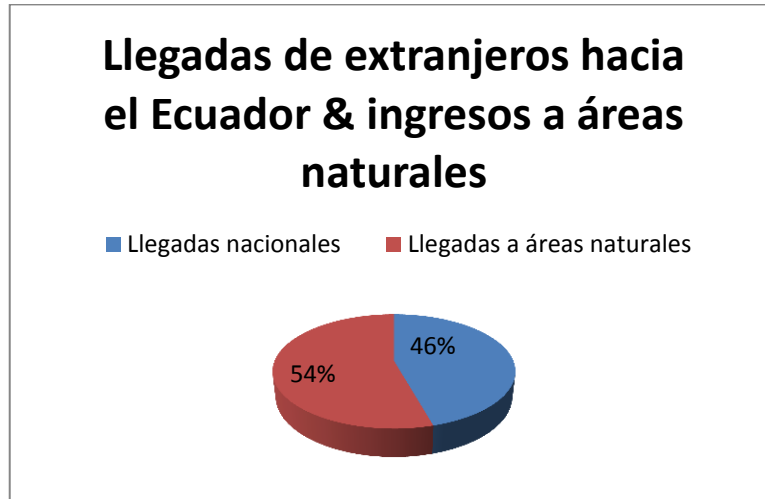
En el reglamento de actividades turísticas del Ecuador, la operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo-científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo. Este tipo de actividades se realizarán a través de agencias operadoras que se definen como las empresas comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas, debidamente autorizadas, que se dediquen profesionalmente a la organización de actividades turísticas y a la prestación de servicios, directamente o en asocio con otros proveedores de servicios, incluidos los de transportación. Cuando las agencias de viajes operadoras provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento (Ecuador, 2004).

Todos los servicios prestados por las agencias operadoras, de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, pueden ser ofertados y vendidos, directamente, tanto nacional como internacionalmente. Su actividad se desenvolverá dentro del siguiente marco:

- a. Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional;
- b. Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes;
- c. Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;
- d. Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;
- e. Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;
- f. Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- g. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo (Ecuador, 2004).

## Definición del cliente

De enero a diciembre del 2010 llegaron al Ecuador 1.046.968 turistas, de los cuales 569.233 visitaron las áreas protegidas del S.N.A.P, lo que representa que existe mucho interés por viajeros internacionales por conocer estas áreas.



Fuente: Dirección Nacional de Migración (2008 - 2010)

Autor: Liliana Gutiérrez.

### Visitantes nacionales y extranjeros que visitan áreas naturales dentro del Cantón Mejía (2010)

Nº	AREA NATURAL	VISITANTES		
		NAC.	EXTR.	TOTAL
1	PARQUE NACIONAL COTOPAXI	49.021	46.951	95.972
2	RESERVA ECOLOGICA LOS ILINIZAS	1.384	1.590	2.974
3	REFUGIO DE VIDA SILVESTRE PASOCHOA	13.303	1.030	14.333
4	AREA NACIONAL RECREACION BOLICHE	11.863	195	12.058
<b>TOTAL</b>		75.571	49.766	125.337

Fuente: Dirección Nacional de Biodiversidad - Ministerio del Ambiente

Elaboración: Liliana Gutiérrez

## Definición del Mercado

El Cantón Mejía tiene dentro de su jurisdicción cuatro de las treinta y tres áreas naturales que se encuentran dentro del Sistema Nacional de Áreas Protegidas y presentan gran interés turístico, de un total de 232.141 visitantes extranjeros que deciden visitar las áreas naturales del Ecuador 49.766 es decir el 21 % visitan las áreas del Cantón Mejía.

<u>VARIABLES</u>	<u>SEGMENTACIÓN</u>	<u>Motivo</u>
<b>GEOGRÁFICAS</b>	Provincia de Pichincha, Cantón Quito	Cercanía con el Cantón Mejía
<b>DEMOGRÁFICAS</b>	Agencias de Viajes nacionales e internacionales, Mayoristas, operadoras, hosterías del Cantón Mejía, Empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos.	Tipo de agencias con las que deseamos trabajar y empresas que tienen interés turístico en la zona.
<b>PSICOGRÁFICAS</b>	Turismo de Aventura Ecoturismo Turismo Gastronómico Turismo Cultural Turismo Comunitario Agroturismo Turismo de salud	Actividades que se pueden realizar dentro de todo el cantón.

<u>VARIABLES</u>	<u>SEGMENTACIÓN</u>	<u>MOTIVO</u>
<b>GEOGRÁFICAS</b>	Provincia de Pichincha, Cantón Quito	Mercado más cercano
<b>DEMOGRÁFICAS</b>	Personas de 18 a 60 años de edad Masculino y femenino Clase económica media y media alta	Personas de poder adquisitivo que están en condiciones de realizar actividades turísticas.
<b>PSICOGRÁFICAS</b>	Turismo de Aventura Ecoturismo Turismo Gastronómico Turismo Cultural Turismo Comunitario Agroturismo Turismo de salud	Actividades turísticas que se pueden realizar dentro del Cantón Mejía.

## Investigación de Mercados

Para realizar nuestra investigación de mercados realizaremos encuestas a agencias de viajes mayoristas e internacionales de la ciudad de Quito que vendan algún atractivo turístico del Cantón Mejía y a personas de 18 a 60 años de edad ya que aquellas personas cuentan con criterio propio y pueden acceder a los servicios de una agencia operadora de turismo.

### Objetivo de la encuesta:

- Investigar la factibilidad para la creación de una tour operadora especializada en áreas naturales dentro del Cantón Mejía.
- Identificar que segmentos del mercado emisor “Quito” realizan viajes hacia el Cantón Mejía y de estos cuales son los consumidores potenciales.
- Identificar el tipo de servicio que el público requiere de una agencia operadora de turismo.

### Determinación del tamaño de la muestra:

Se revisaron los catastros de la Empresa Metropolitana de Gestión del Turístico en los que se encuentra agencias internacionales y operadoras legalmente constituidas dentro la parroquia Quito hasta el 12 de octubre del 2011 tenemos 145 agencias, para la determinación de la muestra realizaremos la siguiente fórmula.

$$n = \frac{PQ * N}{(N - 1) (E / K)^2 + PQ}$$

Donde:

n= Tamaño de la muestra.

PQ= Varianza poblacional (constante= 0.25)

N= Tamaño de la población.

E= Error porcentual

K= Coeficiente de corrección (constante =2)

Aplicando la fórmula con los datos que nosotros contamos y con un error porcentual del 12% y con un 88 % de confiabilidad tenemos una muestra de 47 encuestas a agencias mayoristas e internacionales de turismo situadas en la ciudad de Quito:

$$n = \frac{0.25 * 145}{(145 - 1) (0.12 / 2)^2 + 0.25}$$

$$N = 47$$

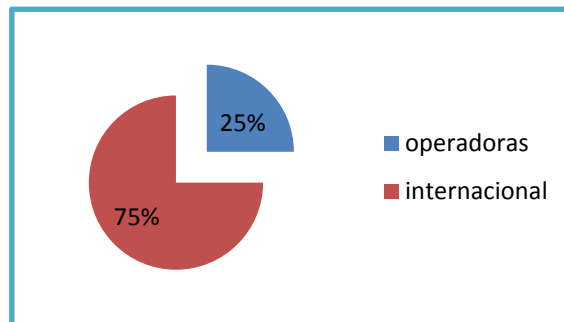
Después de realizar las encuestas en cada una de las 47 agencias tenemos los siguientes resultados:

Con tu colaboración podremos realizar el estudio de mercado para la creación de una agencia operadora de turismo en el Cantón Mejía, parroquia Machachi. Gracias.

Tipo de empresa:

Agencia de viajes nacional. (12)

Agencia de viajes internacional. (35)



1.- Que tipo de turismo promociona su empresa? Jerarquice del 1 al 7, siendo 7 el más alto y el menor.

Turismo cultural

Turismo gastronómico

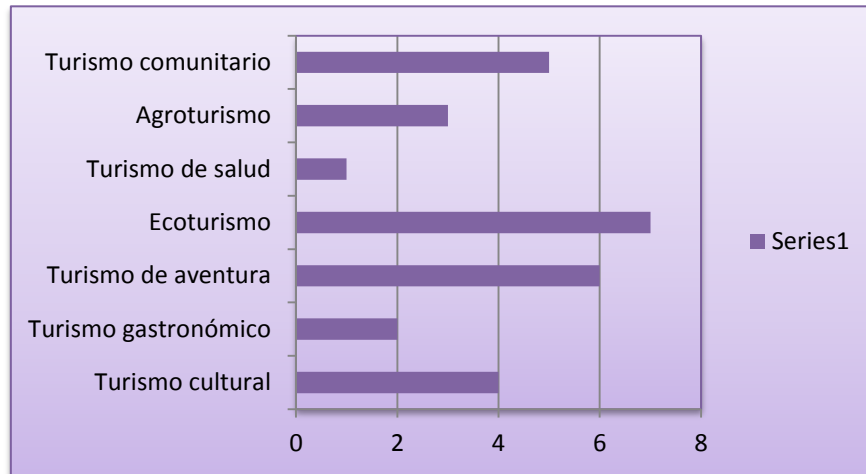
Turismo de aventura

Ecoturismo

Turismo de salud

Agroturismo

Turismo comunitario



2.- Que servicios requeriría usted de una agencia operadora en este sector?

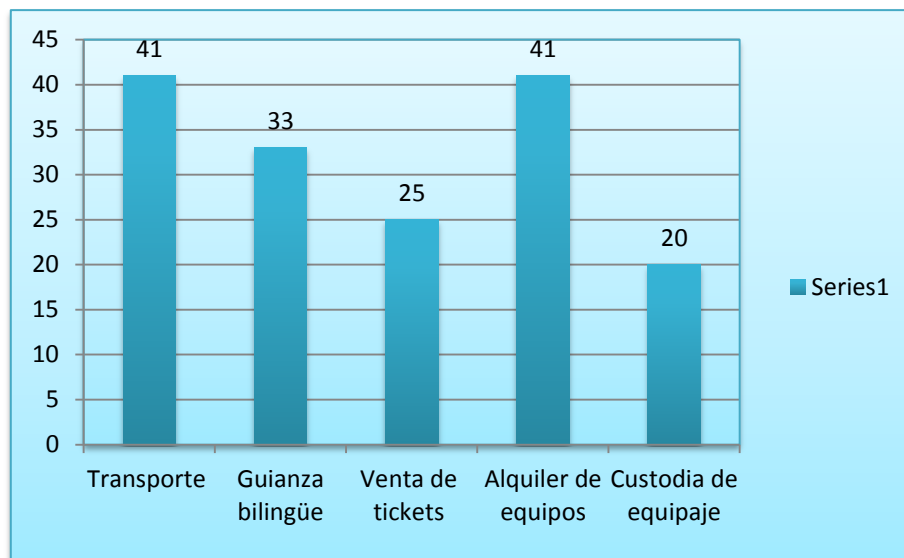
Transporte

Guianza bilingüe

Venta de tickets para tren, centros de distracción, áreas naturales.

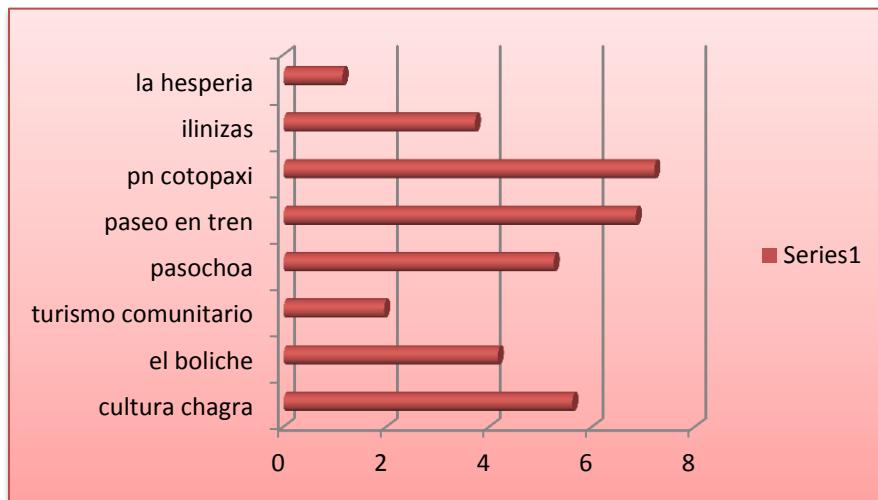
Alquiler de equipos para actividades

Custodia de equipaje



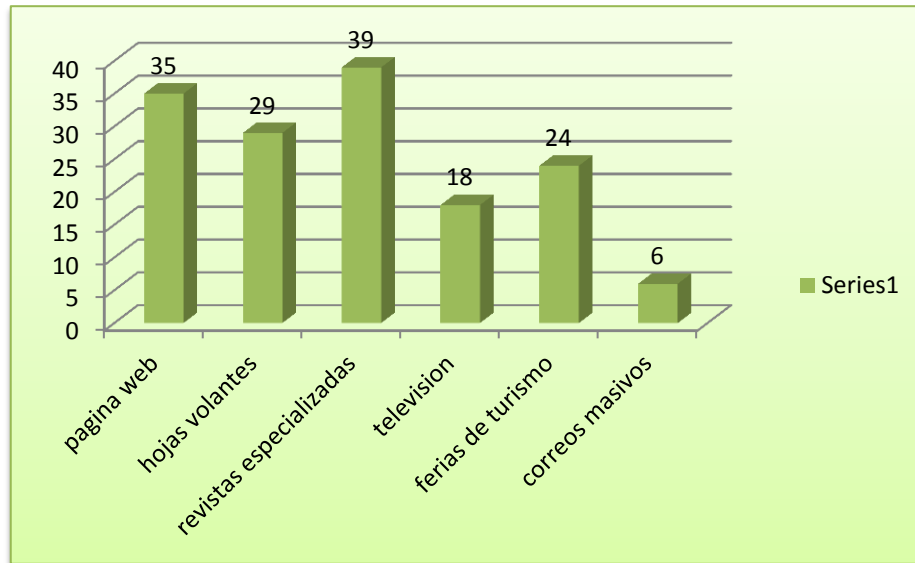
3.- Jerarquice según sus conocimientos del 1 al 8 siendo 8 el más alto y 1 el menor, que atractivo o que área natural considera que tiene más interés turístico?

Cultura Chagra  
 Área Recreacional el Boliche  
 Turismo Comunitario en Santa Ana del Pedregal  
 Refugio de Vida Silvestre Pasochoa  
 Paseos en tren  
 Parque Nacional Cotopaxi  
 Reserva Ecológica los Illinizas  
 Reserva Biológica la Hesperia



4. ¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de los servicios que la nueva operadora turística ofrecerá?

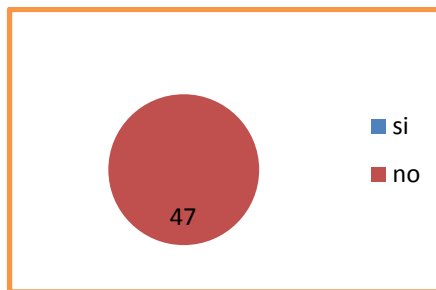
- Página web
- Hojas volantes
- Revistas especializadas
- Televisión
- Ferias de turismo
- Otros (Especifique)



5.-¿Trabaja usted con alguna operadora de turismo en el Cantón Mejía? Si su respuesta es positiva mencione las operadoras turísticas.

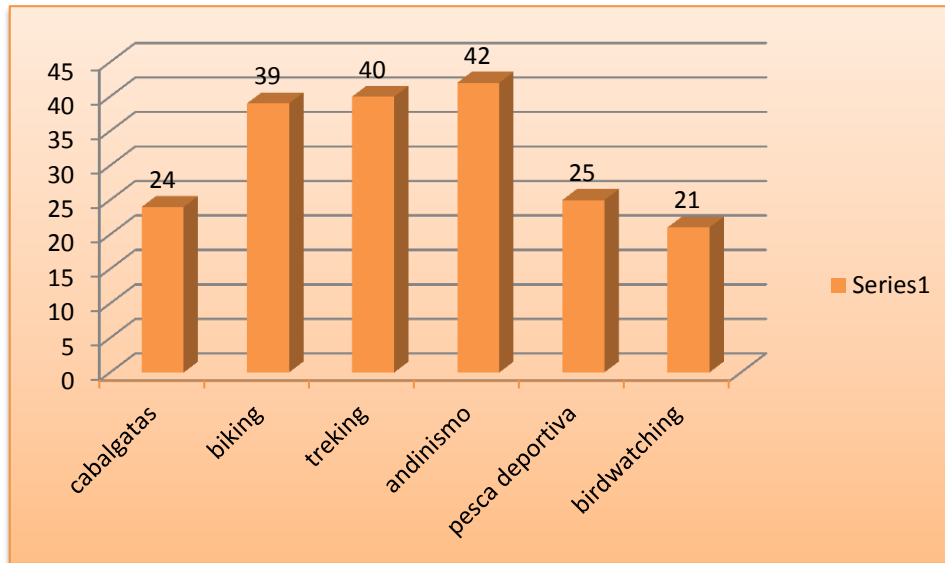
Si \_\_\_\_

No \_\_\_\_



6.- ¿Qué tipo de actividades recreacionales le gustaría que la operadora turística promoviera en este sector?

- Cabalgatas
- Ciclying
- Treeking
- Andinismo
- Pesca deportiva
- Birdwatching



7.- Con cuáles segmentos del mercado tomando en cuenta el factor económico trabaja usted?

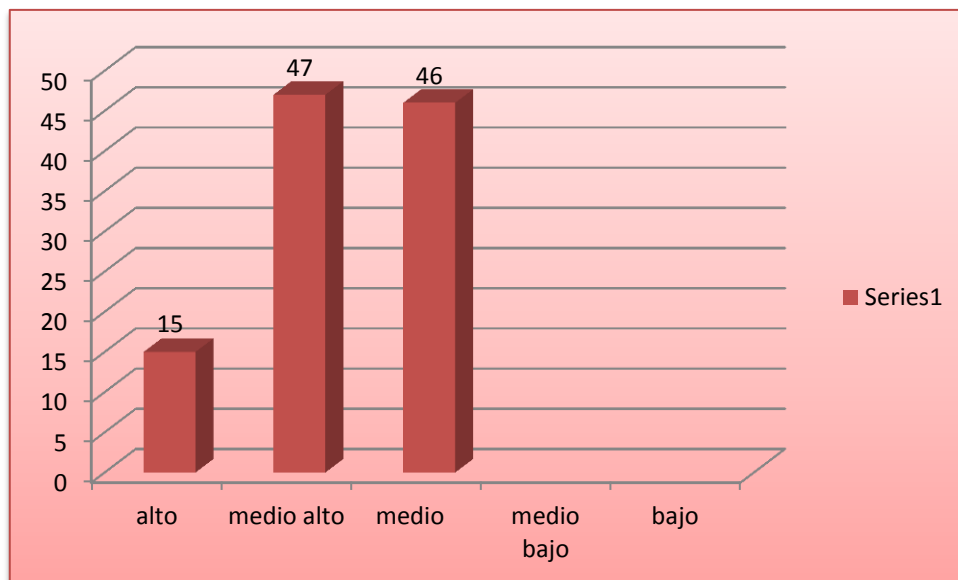
Alto

Medio alto

Medio

Medio bajo

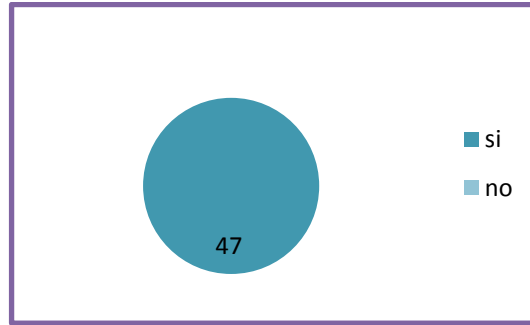
Bajo



8.- Si existiera una tour operadora que promocioe y trabaje con los atractivos turísticos del Cantón Mejía, accedería a sus servicios?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_



Para realizar las encuestas se tomarán en cuenta factores como:

La mitad de la población que vive en la ciudad de Quito, de entre 18 a 60 años de edad, con ingresos promedios de 600 a 800 dólares (15.222), de este total se tomarán en cuenta que solo el 50% responda afirmativamente a la pregunta si estarían dispuestos a conocer el Cantón Mejía y finalmente tenemos un universo de 7.611 personas.

Con un nivel de confianza de 0,95% y un error admitido de 0.05 % y aplicando la siguiente fórmula tenemos una muestra de 138 personas.

$$n = \frac{Z^2 \times P \cdot Q}{e^2}$$

n= Tamaño de la muestra.

Z= Nivel de confianza 1.96.

P= (0.9)

Q= (1-P) = 0.1

e = 0.05

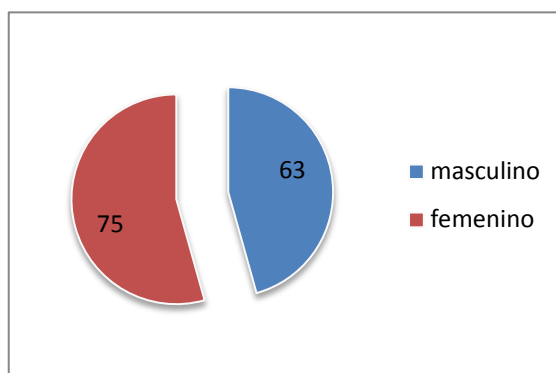
$$n = \frac{3.84 \times 0.90 \cdot 0.10}{(0.05)^2}$$

n= 138

Soy estudiante de la Pontificia Universidad Católica del Ecuador y estoy realizando una encuesta para realizar mi tesis. El objetivo es conocer el nivel de aceptación de la creación de una operadora de turismo en el Cantón Mejía, con su ayuda podremos realizar este estudio de mercado y obtener información muy valiosa. Gracias por su colaboración.

Edad: Promedio de 42 años de edad.

Sexo: F \_\_\_\_\_ M \_\_\_\_\_



Nivel de educación:

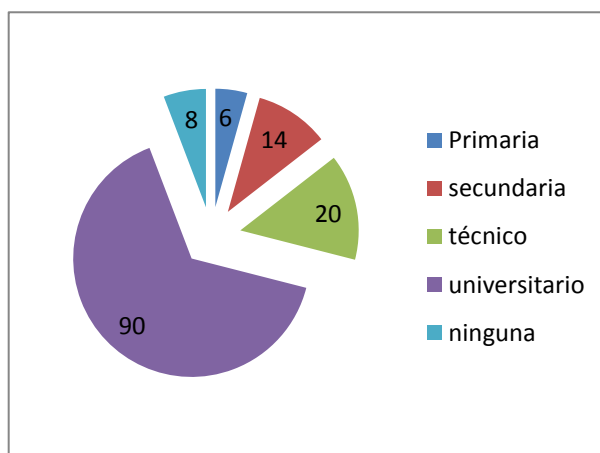
Primaria

Secundaria

Técnico

Universitaria

Ninguna



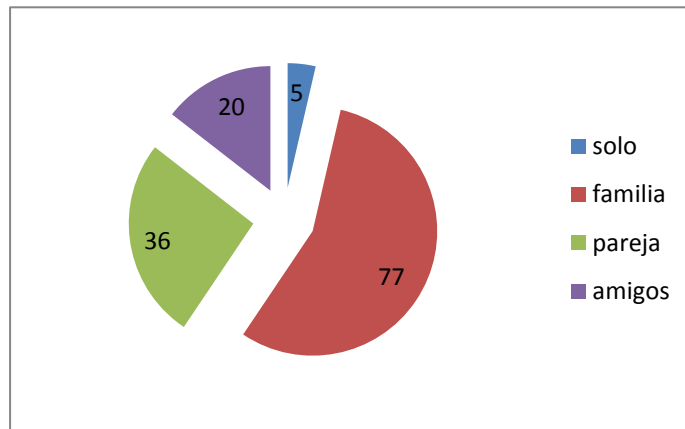
1.- Como viaja usted frecuentemente?

Solo \_\_\_\_\_

Familia (N° de personas) \_\_\_\_\_

Pareja \_\_\_\_\_

Amigos (N° de personas) \_\_\_\_\_

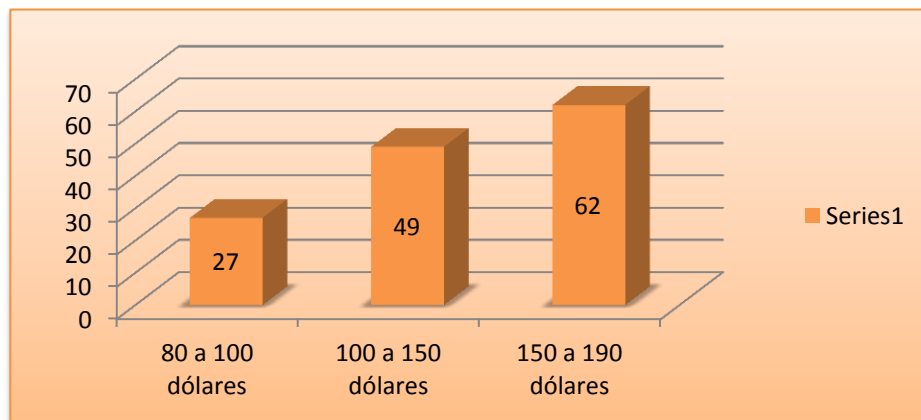


2.- Cuál es su presupuesto para realizar viajes cortos de 2 días 1 noche con todo incluido?

80 a 100 dólares

100 a 150 dólares

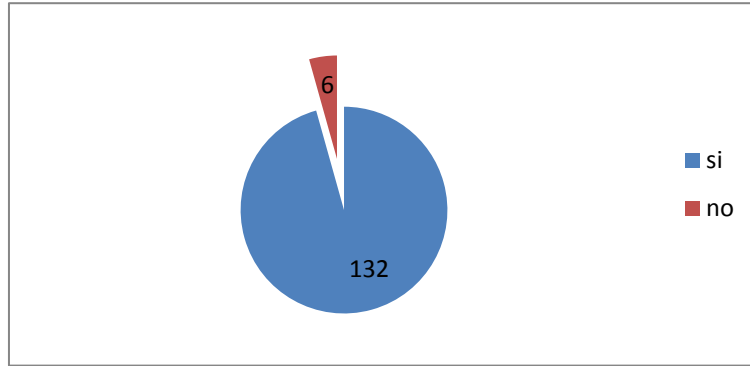
150 a 190 dólares



3.- Estaría dispuesto a viajar hacia el Cantón Mejía y conocer su oferta turística?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_



4.- Jerarquice según su preferencia del 1 al 8 siendo 8 el más alto y 1 el menor, que atractivo o que área natural considera que tiene más interés turístico?

Cultura Chagra

Área Recreacional el Boliche

Turismo Comunitario en Santa Ana del Pedregal

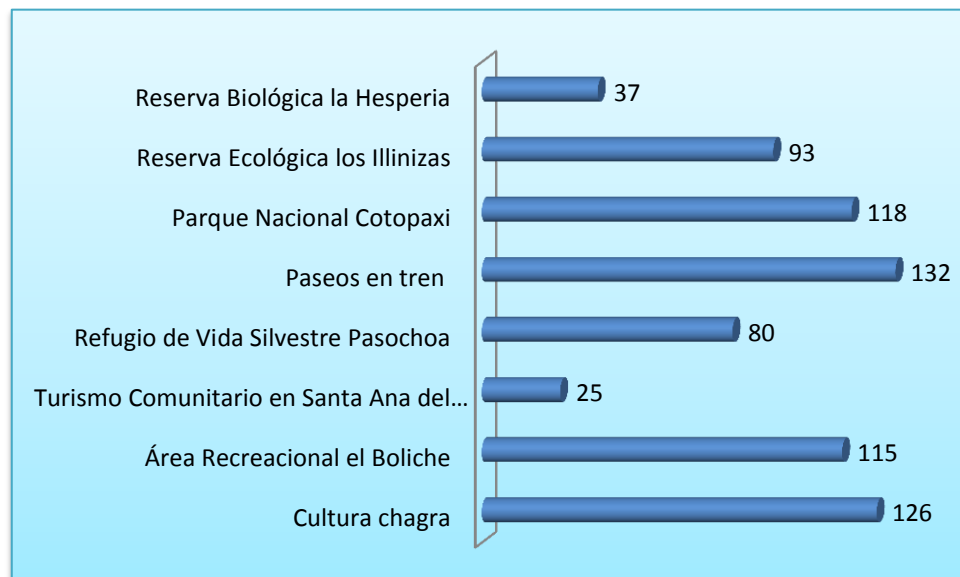
Refugio de Vida Silvestre Pasochoa

Paseos en tren

Parque Nacional Cotopaxi

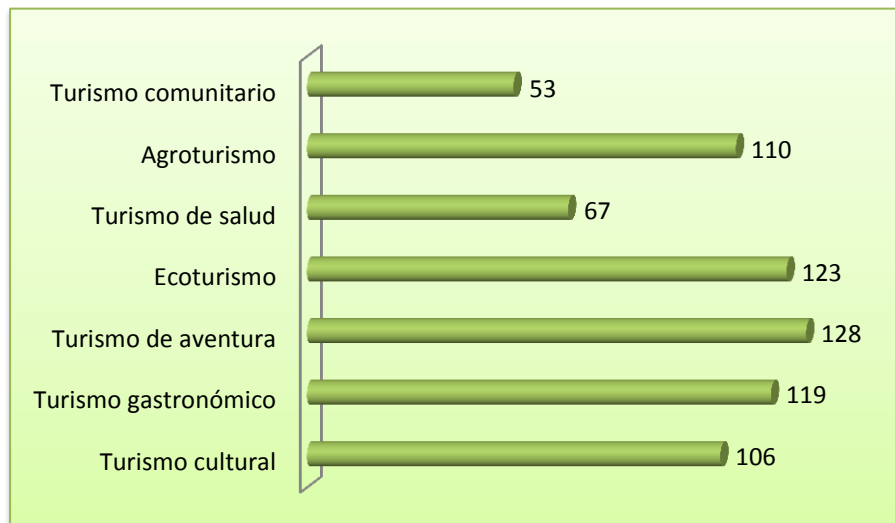
Reserva Ecológica los Illinizas

Reserva Biológica la Hesperia



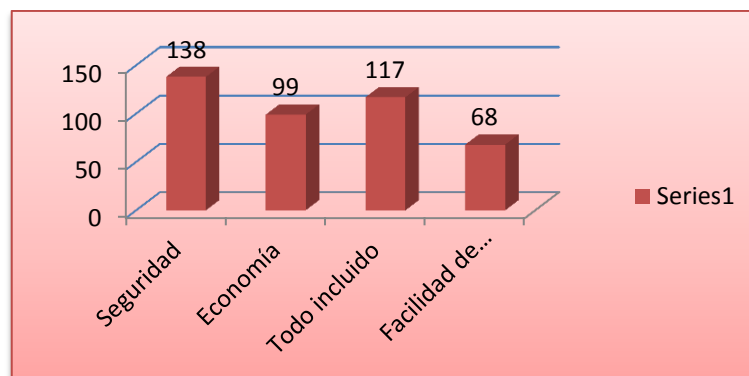
5.- Qué tipo de turismo prefiere realizar?

- Turismo cultural
- Turismo gastronómico
- Turismo de aventura
- Ecoturismo
- Turismo de salud
- Agroturismo
- Turismo comunitario



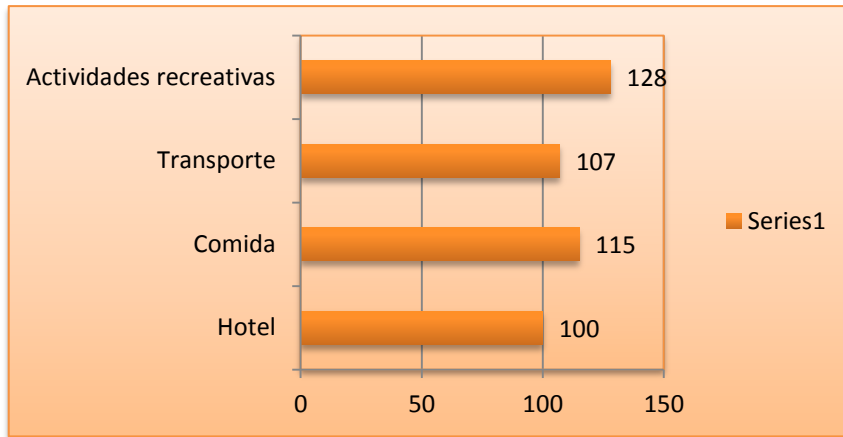
6.- Que exigiría usted a una empresa de turismo al momento de adquirir un paquete turístico

- Seguridad
- Economía
- Todo incluido
- Facilidad de pago



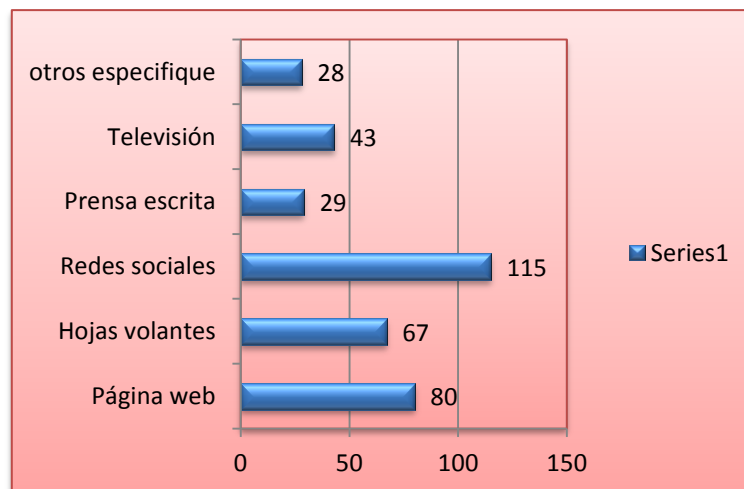
7.- Jerarquice del 1 al 4 siendo 4 el más alto y 1 el menor, la importancia de los servicios que usted requiere cuando realiza turismo?

- Hotel
- Comida
- Transporte
- Actividades recreativas



8.- ¿Por qué medios de comunicación le gustaría enterarse de los servicios que la nueva operadora turística ofrecerá?

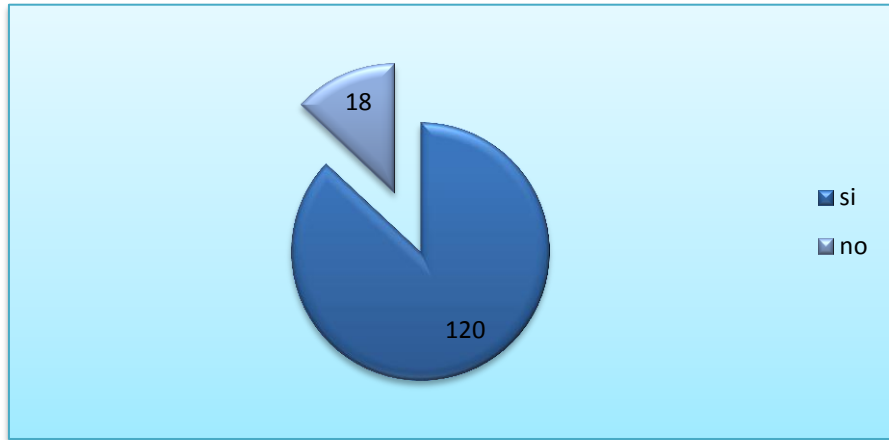
- Página web
- Hojas volantes
- Redes sociales
- Prensa escrita
- Televisión
- Otro (especifique)



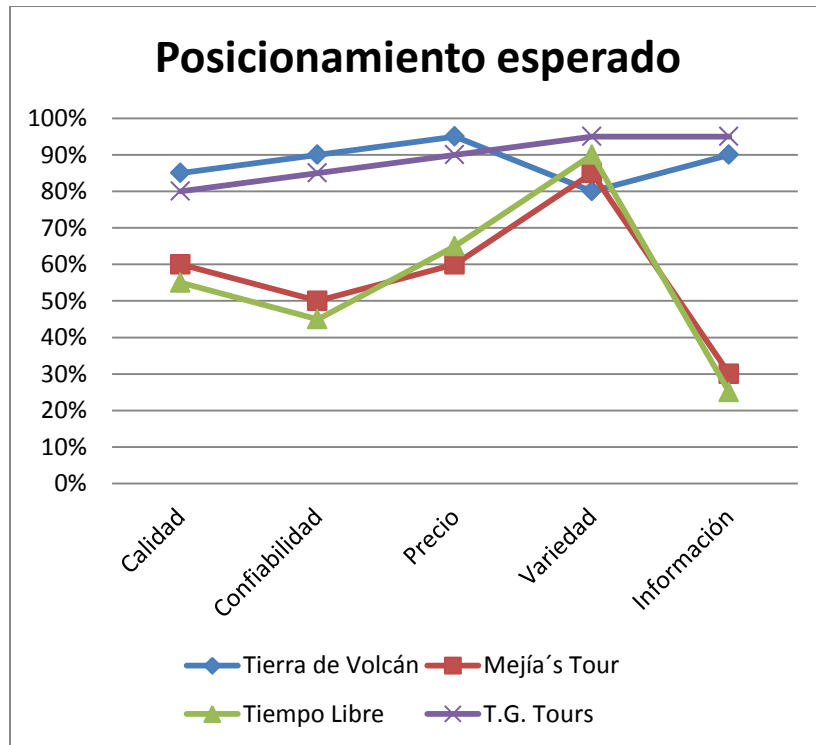
9.- Si existiera una tour operadora que promocione y trabaje con los atractivos turísticos del Cantón Mejía, accedería a sus servicios?

Si \_\_\_\_\_

No \_\_\_\_\_



### Posicionamiento esperado



Elaboración: Liliana Gutiérrez

De acuerdo al estudio de competencia realizado, Tierra Grande Tours, se ubica primera en la variedad de paquetes a ofrecer y en la información que se pone a disposición de los turistas y segunda en variables como calidad, confiabilidad y precio, esto es por el posicionamiento de Tierra del Volcán y la participación dentro del mercado local.

Pero dentro de las características como ubicación y de operación nuestra tour operadora se establece como la primera operadora de turismo legalmente constituida dentro del Cantón Mejía que ofrece sus servicios a agencias de viajes nacionales, internacionales y mayoristas y al público en general.

Se convierte en el referente a nivel nacional sobre el turismo dentro del Cantón Mejía y ayuda a la promoción y consolidación del turismo local y se establece como nexo más importante entre turistas y prestadores de servicios ofreciendo servicios de calidad y lograr el desarrollo de todos los actores que participen de la actividad turística.

## **Estrategias 4 P's**

### **Producto y sus beneficios**

Esta es una empresa operadora de turismo que se enfoca en dar a conocer las áreas naturales protegidas que se encuentran dentro del Cantón Mejía, ofreciendo entorno a estas diferentes alternativas de turismo como: turismo cultural, turismo de aventura, ecoturismo y turismo gastronómico.

Para empezar contamos con 4 paquetes estrella que han sido planificados dependiendo del interés turístico de los atractivos a visitar y el tiempo de visita que los turistas destinan en nuestro cantón.

El 5to paquete se diseñó y creó para venderlo a las instituciones educativas del cantón y así incentivar la conservación del medio ambiente, por medio de este paquete la empresa desarrollará su compromiso con la sociedad, impulsando las buenas practicas ambientales en cada una de las salidas.

<b>Nombre del Tour</b>	<b>Duración</b>	<b>Atractivos a Visitar</b>	<b>Actividades a realizar</b>	<b>Precio</b>
<b>“El tren de Alfaro en su paso por Mejía”.</b>	1 día	-Estación Chimbacalle (Quito) -Estación de Aloasí -Área de Recreación El Boliche -Parque Nacional Cotopaxi - Mercado Central de Machachi	- Aperitivo en la Estación del Tren Aloasí. -Caminata, cabalgata o bicicletas en el Parque Nacional Cotopaxi -Almuerzo -Retorno en bus a Quito	73,95
<b>“Convivido con la naturaleza”.</b>	1 día	-Reserva Ecológica los Illinizas.	-Caminata R.E. Los Illinizas. -Almuerzo -Visita Agri Cayetano.	58,00
<b>“Mejía natural y cultural”</b>	2 días	- P.N. Cotopaxi. - Reserva privada Santa Rita. - Visita hacienda Pachamama. - Balneario la Tesalia. - Visita a la Zona la Calera.	- Cabalgata P.N. Cotopaxi. - Almuerzo. - Canopy. - Alojamiento y cena “Pachamama” - Entrada a la Tesalia. - Almuerzo - La Calera	149,35
<b>“Entre bosques y ríos, naturaleza virgen”</b>	2 días	- Reserva Biológica la Hesperia. (Avistamiento de aves)	- Ingreso a la R.B. Hesperia. - Box Lunch. -Cena. - Alojamiento. - Rafting. - Almuerzo.	120,35
<b>“Entre páramos y montañas, un dulce anochecer”</b>	2 días	. Se visitará un área del Cantón.	- Camping y actividades de integración. - Box lunch. - Cena. - Desayuno.	30,03

Nuestra ventaja competitiva entre las operadoras locales es la firma de convenios con agencias mayoristas de turismo como Metropolitan Touring, M&M y los Ferrocarriles del Ecuador, que desarrollan sus actividades dentro del Cantón Mejía. Metropolitan Touring y M&M son agencias consolidadas en el mercado nacional e internacional y la empresa de ferrocarriles realiza recorridos en tren por este cantón. Hemos escogido a estas empresas debido a la necesidad que tienen de brindar a sus turistas diferentes actividades de recreación, especialmente en la zona de la Estación del tren de Aloasí ya que en la actualidad la prestación de servicios es acaparada por dos agro hosterías que ofrecen similares actividades como visitas a granjas ecológicas y caminatas por senderos ecológicos.

En cuanto a nuestros servicios ofrecemos una operación totalmente segura ya que para la operación contamos con personal altamente capacitado que tiene los conocimientos.

## **Precio**

Se realizarán encuestas periódicas a nuestros clientes para determinar si el precio pagado está acorde al servicio recibido.

Esta es uno de los factores más importantes dentro de la empresa ya que la estabilidad financiera depende directamente de las ganancias que se reciben por realizar nuestras actividades.

Dentro de los paquetes se han determinado los costos de operación y se han establecido dos valores que son:

- **Precio de venta:** Se ha establecido el 30% de ganancias en cada uno de los tours vendido al público o a las agencias de viajes, cabe recalcar que este precio es flexible y dependerá de la situación financiera de la empresa.
- **Imprevistos:** Se ha establecido el 15% del costo por paquete por persona para imprevistos, este será un valor que se utiliza en casos extremos, si no se utilizara pasará a formar parte de un fondo considerado como caja chica.

Considerando estos rubros tenemos los costos y los precios por paquete de la siguiente manera.

#### Tour 1

Descripción	Valor
Boleto Tren Chimbacalle – Boliche	10
Entrada Parque Nacional Cotopaxi	2
Caminata, cabalgata o bicicletas en el P.N.C.	12
Almuerzo	15
Guianza	7
Transporte	5
<b>SUBTOTAL</b>	<b>51</b>
15% de imprevistos	7,65
30% de ganancia	15,3
<b>TOTAL</b>	<b>73,95</b>

#### Tour 2

Descripción	Valor
Caminata R.E. Los Illinizas.	2
Box lunch	4
Almuerzo	7
Visita Agri Cayetano.	10
Guianza	7
Transporte	10
<b>SUBTOTAL</b>	<b>40</b>
15% de imprevistos	6
30% de ganancia	12
<b>TOTAL</b>	<b>58</b>

#### Tour 3

Descripción	Valor
Ingreso P.N.C.	2
Cabalgata P.N. Cotopaxi.	12
Almuerzo.	15
Canopy.	10
Alojamiento y cena “Pachamama”	35
Entrada a la Tesalia.	3
Almuerzo	7
La Calera	2
Transporte	10
Guianza	7
<b>SUBTOTAL</b>	<b>103</b>
15% imprevistos	15,45
30% de ganancia	30,9
<b>TOTAL</b>	<b>149,35</b>

#### Tour 4

Descripción	Valor
Ingreso a la R.B. Hesperia.	3
Box Lunch.	7
Cena.	10
Alojamiento.	20
Rafting.	15
Almuerzo.	8
Transporte	10
Guianza	10
<b>SUBTOTAL</b>	<b>83</b>
15% imprevistos	12,45
30% de ganancia	24,9
<b>TOTAL</b>	<b>120,35</b>

### Tour 5

Descripción	Valor
Ingreso a el área natural protegida	2
Box Lunch.	3
Cena.	1,5
Equipos de camping	7
Desayuno	1,6
Transporte	4
Guianza	4
<b>SUBTOTAL</b>	<b>23,1</b>
15% imprevistos	3,465
15% de ganancia	3,465
<b>TOTAL</b>	<b>30,03</b>

## Plaza

Se puede hablar de dos tipos de canales:

**Canal directo.-** Se venderá el producto sin intermediarios, directamente al consumidor.

### Ejemplo.

**Internet:** Siendo este uno de los medios de comunicación por el cual la mayoría de turistas accede a información sobre servicios, crearemos una página web dinámica e interactiva, que permita al turista conocer sobre todas las actividades que nuestra tour operadora promociona. [www.tierragrandetours.com.ec](http://www.tierragrandetours.com.ec)

**Material impreso:** Se diseñarán folletos, brochure institucional, trípticos que servirán para promocionar la operadora y sus servicios; este material publicitario será distribuido en los diferentes centros de alojamiento que se encuentren en ciudades más desarrolladas.

**Mailing:** Es un correo directo, que consiste en enviar información publicitaria por correo, de tal manera que se enviarán folletos publicitarios acompañados de una carta

personalizada con información de la operadora y las promociones que se estén planificando.

Para esto nos abasteceremos de las bases de datos del Ministerio de Turismo y de empresas similares a las nuestras que nos permitan acceder a esta información.

**Viajes de Familiarización:** Con el fin de dar a conocer los servicios que “Tierra Grande Tours Cia. Ltda.”, invitará a diferentes personas que trabajen en el área turística tales como; tour leaders, agencias internacionales y mayoristas, además de medios de comunicación para que experimenten cada uno de los servicios y den a conocer a demás personas sobre la experiencia adquirida.

**Canal indirecto:** Se realizarán diferentes estrategias que permitan incrementar los convenios e incrementar el margen de utilidad de la operadora.

#### **Ejemplo.**

**Alianzas estratégicas con agencias de viajes, operadoras y mayoristas:** Actuarán como intermediarios entre nuestra empresa y el turista, para trabajar con ellos se trabajará por medio de comisiones, se establecerán convenios de trabajo procurando conseguir beneficio económico de las dos empresas.

### **Promoción**

La promoción de nuestra agencia operadora tendrá los siguientes objetivos:

- Comunicar las características del producto.
- Comunicar los beneficios del producto.
- Que se recuerde o se compre el producto.

Para la promoción se realizarán las siguientes actividades como:

- La publicidad.
- Las relaciones públicas.
- La venta personal.
- La promoción de ventas.
- El Marketing directo.



aventura • cultura • naturaleza • a tu alcance

Los requerimientos para la realización de este logotipo fueron:

Operadora de turismo de aventura

Colores verde y amarillo (colores de la bandera del Cantón)

Aventura (equipaje)

Chuquiragua (planta predominante)

Sombrero (cultura)

### Pronóstico de ventas

El pronóstico de ventas para los próximos años dependiendo del número de tours que se vendan y tomando en cuenta un crecimiento en ventas del 8% y un incremento en los precios del 5% que es el porcentaje de inflación anual periódico tenemos lo siguiente:

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>TOUR 1</b>	17.748	20.126	22.823	25.881	29.350
<b>TOUR 2</b>	13.920	15.785	17.901	20.299	23.019
<b>TOUR 3</b>	41.818	47.422	53.776	60.982	69.154
<b>TOUR 4</b>	28.884	32.754	37.144	42.121	47.765
<b>TOUR 5</b>	7.207	8.173	9.268	10.510	11.918
<b>TOTAL</b>	<b>109.577</b>	<b>124.261</b>	<b>140.911</b>	<b>159.794</b>	<b>181.206</b>

## CAPITULO 3. EQUIPO

### Emprendedores

Los conocimientos que una persona adquiere durante su vida le permiten desarrollarse profesionalmente y obtener cargos dentro la sociedad y en organizaciones. En el mundo del turismo los conocimientos se adquieren tanto por experiencia como por el estudio.

Se han tomado en cuenta los siguientes indicadores ya que se relacionan con los conocimientos necesarios que una persona involucrada con turismo debe adquirir y se ha calificado dependiendo de las actividades que cada persona realizará dentro de la operadora de turismo.

<b>CONOCIMIENTOS</b>	<b>Liliana Gutiérrez</b>	<b>Washington Llumiugsi</b>	<b>Verónica Zambrano</b>	<b>Ángel Ortega</b>
<b>Administración de empresas</b>	X			
<b>Conocimientos de comercialización</b>	X	X	X	
<b>Ley de turismo y Reglamentos</b>	X	X		
<b>Geografía turística del Cantón Mejía</b>	X	X		X
<b>Aspectos de Flora y Fauna</b>	X	X	X	
<b>Marketing Turístico</b>	X			
<b>Métodos de investigación de mercados</b>	X	X		
<b>Planificación de paquetes turísticos</b>	X	X		
<b>Procedimientos administrativos y contables</b>	X	X	X	X
<b>Atención al Cliente</b>	X	X	X	

<b>Conducción de grupos</b>	X	X		X
-----------------------------	---	---	--	---

Las habilidades son conductas y estrategias de comportamiento aprendidas de forma natural en el día a día. Estas son las habilidades sociales con las que una persona que brinde un servicio debe contar:

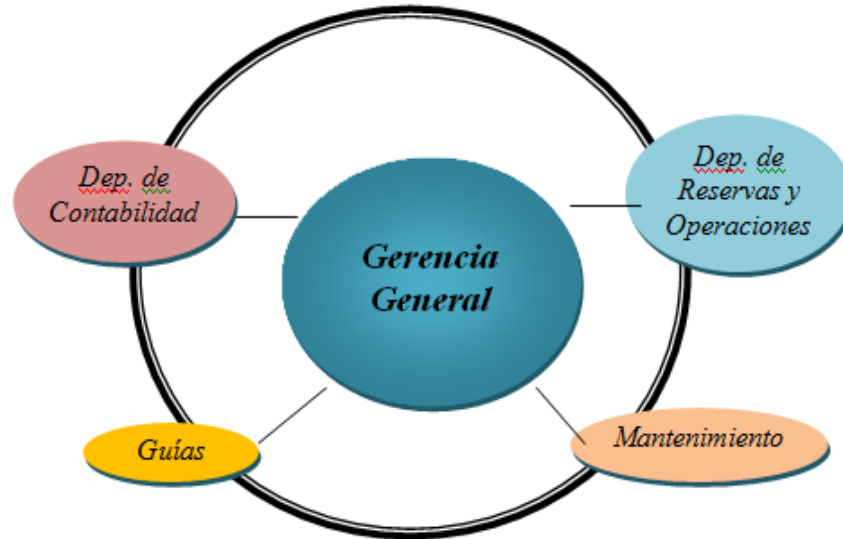
<b>HABILIDADES</b>	<b>Liliana Gutiérrez</b>	<b>Washington Llumiugsi</b>	<b>Verónica Zambrano</b>	<b>Ángel Ortega</b>
<b>Solución de conflictos</b>	X			X
<b>Toma de decisiones en situaciones difíciles</b>		X		X
<b>Comunicación oral y escrita</b>	X	X	X	X
<b>Manejar equipos de trabajo</b>	X	X	X	X
<b>Motivación de grupos</b>	X	X		
<b>Negociación</b>	X	X	X	X
<b>Trabajo en equipo</b>	X	X	X	X

Las actitudes comprenden la forma con la que una persona reacciona ante diferentes circunstancias. Por tratarse de una actividad de servicio se tomarán en cuenta actitudes como:

<b>ACTITUDES</b>	<b>Liliana Gutiérrez</b>	<b>Washington Llumiugsi</b>	<b>Verónica Zambrano</b>	<b>Ángel Ortega</b>
<b>Activo</b>	X	X	X	X
<b>Confiable</b>	X	X	X	X
<b>Amigable</b>	X	X	X	X
<b>Decidido</b>	X	X	X	X
<b>Equilibrado emocionalmente</b>	X	X	X	X
<b>Perseverante</b>	X	X	X	X
<b>Razonador de datos</b>	X	X		X

<b>Optimista</b>	X	X	X	X
<b>Arriesgado</b>	X	X	X	X

## Equipo gerencial y organigrama



Debido a la necesidad de comunicación y flujo de información entre los departamentos de la organización se ha realizado un organigrama circular, con el cual se reducen las jerarquías y se aumenta la interacción entre cada uno de los integrantes.

<b>Cargo</b>	<b>Nombre</b>	<b>Es apto para el puesto por:</b>
<b>Gerencia General</b>	Liliana Gutiérrez.	- Título de tercer nivel en turismo, necesario para poder ejercer este cargo. - Conocimientos administrativos en turismo. Actitudes y aptitudes necesarias para este cargo.
<b>Dep. de reservas y operaciones</b>	Liliana Gutiérrez	- Conocimientos técnicos en turismo. - Conocimiento de la zona.
	Verónica Zambrano	- Conocimientos sobre atención al cliente. - Experiencia en operadoras turísticas como secretaria.
	Washington Llumiugsi	- Conocimientos técnicos en turismo. - Conocimiento de la zona.
<b>Guías</b>	Washington Llumiugsi	- Guía trilingüe, naturalista y

	(Se contratarán otros guías dependiendo de las reservaciones)	nacional con experiencia. Conocimiento de la zona.
<b>Mantenimiento</b>	Ángel Ortega	- Persona de confianza de la gerencia de la empresa. - Conocimientos sobre equipos de turismo como bicicletas, carpas, etc.

## Forma de propiedad

La forma de propiedad de la empresa está dividida desde su constitución entre 2 accionistas, quienes son:

- Primer accionista 50%: Liliana Gutiérrez Changoluisa (Gerente General).
- Segundo accionista 25%: Luis Calderón Altamirano.
- Tercer accionista 25%: Dario Uvillus.

## Política de dividendos y remuneraciones de socios

Los objetivos que las políticas de dividendos buscan son:

- Maximizar la riqueza de los propietarios de la empresa.
- Adquirir financiamiento suficiente.

Las utilidades serán repartidas en dividendos constantes de manera semestral, esta forma de repartición no reduce los dividendos anuales. Una de las principales ventajas para optar por esta política es porque la razón constante de pago de dividendos genera estabilidad en los inversionistas.

## Procedimientos de pago

Los dividendos se pagan de forma semestral y se incrementan una vez al año (si es posible), se paga a través de la fecha de declaración, que es la fecha cuando el gerente declaran el dividendo, y se vuelve un pasivo al momento de la declaración y aparece como un pasivo circulante en el balance, y las utilidades retenidas se reducen de forma similar.

## Sueldos y Salario

Por inicio de operaciones, la empresa trabajará con sueldos y salarios básicos más todos los beneficios de ley como horas extras, décimo tercer y décimo cuarto sueldo y vacaciones en base a lo establecido por el Ministerio de Relaciones Laborales.

Así tenemos:

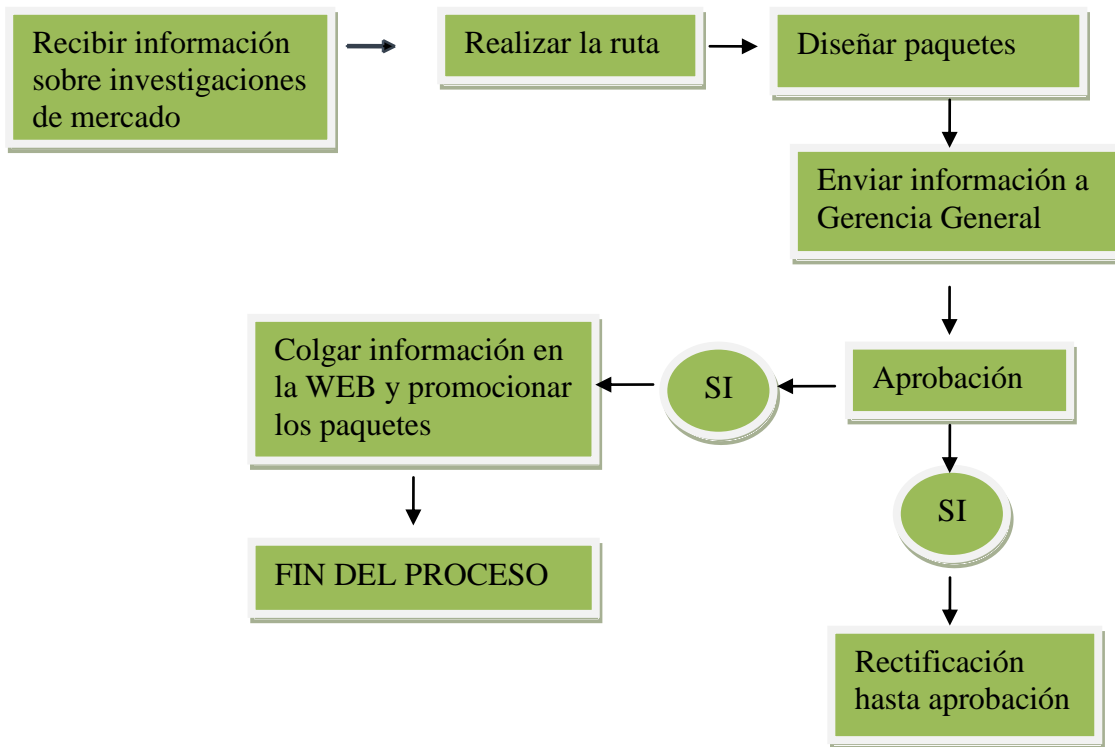
No	NOMBRE	Sueldo Básico	Aporte IESS (12,15%)	Total Gasto Mensual	Sueldo Anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	TOTAL ANO
1	Liliana Gutiérrez	292	35,48	327,48	3.929,74	292	292	146	4.659,74
2	Verónica Zambrano	292	35,48	327,48	3.929,74	292	292	146	4.659,74
3	Washington Llumiugsi	292	35,48	327,48	3.929,74	292	292	146	4.659,74
4	Angel Ortega	292	35,48	327,48	3.929,74	292	292	146	4.659,74

## CAPITULO 4. OPERACIONES

### Plan diario

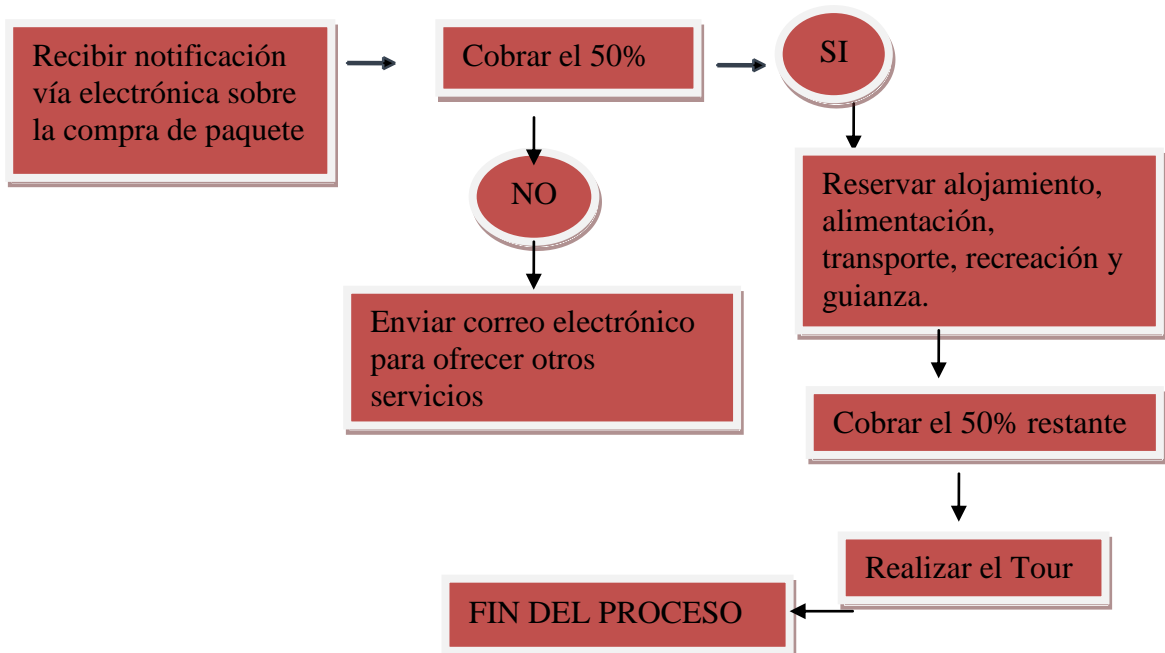
Para realizar todas las actividades de nuestra empresa se realizarán diagramas de flujo, esto permitirá dar seguimiento a cada proceso interno, desde la planeación del tour hasta la culminación del mismo. Estos diagramas son con los que iniciará nuestra empresa y posteriormente serán modificados dependiendo del nivel de confianza que estos procesos tengan.

### Elaboración de paquetes:

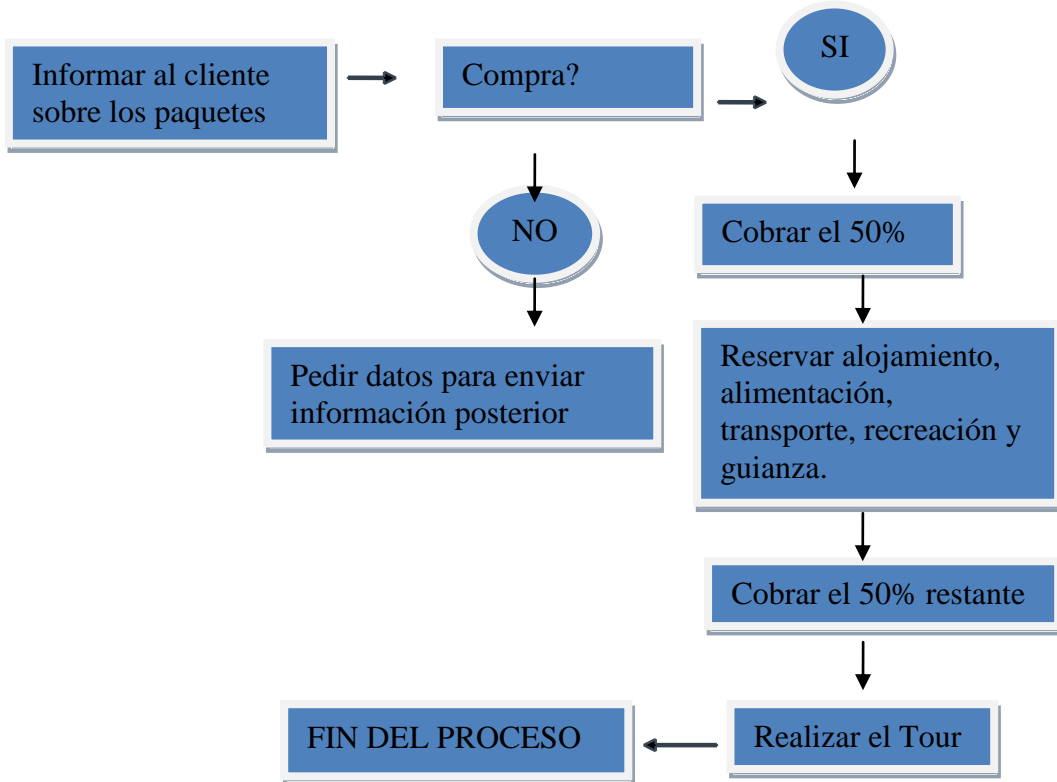


### Venta de paquetes

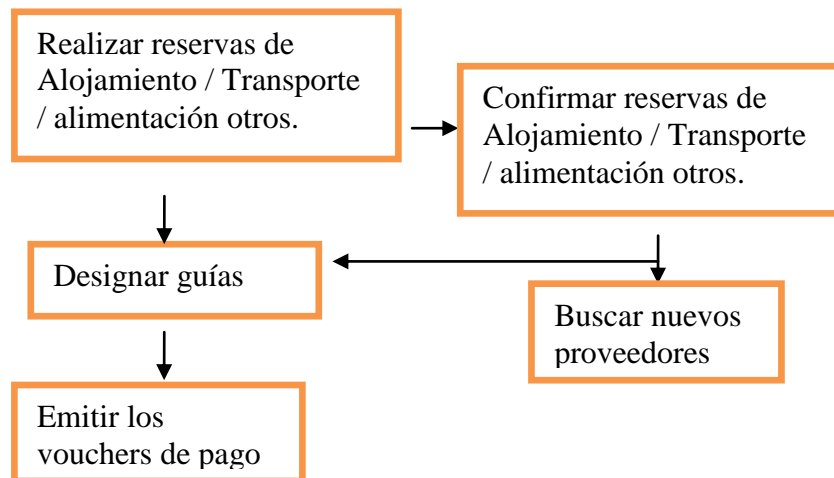
#### Venta por internet



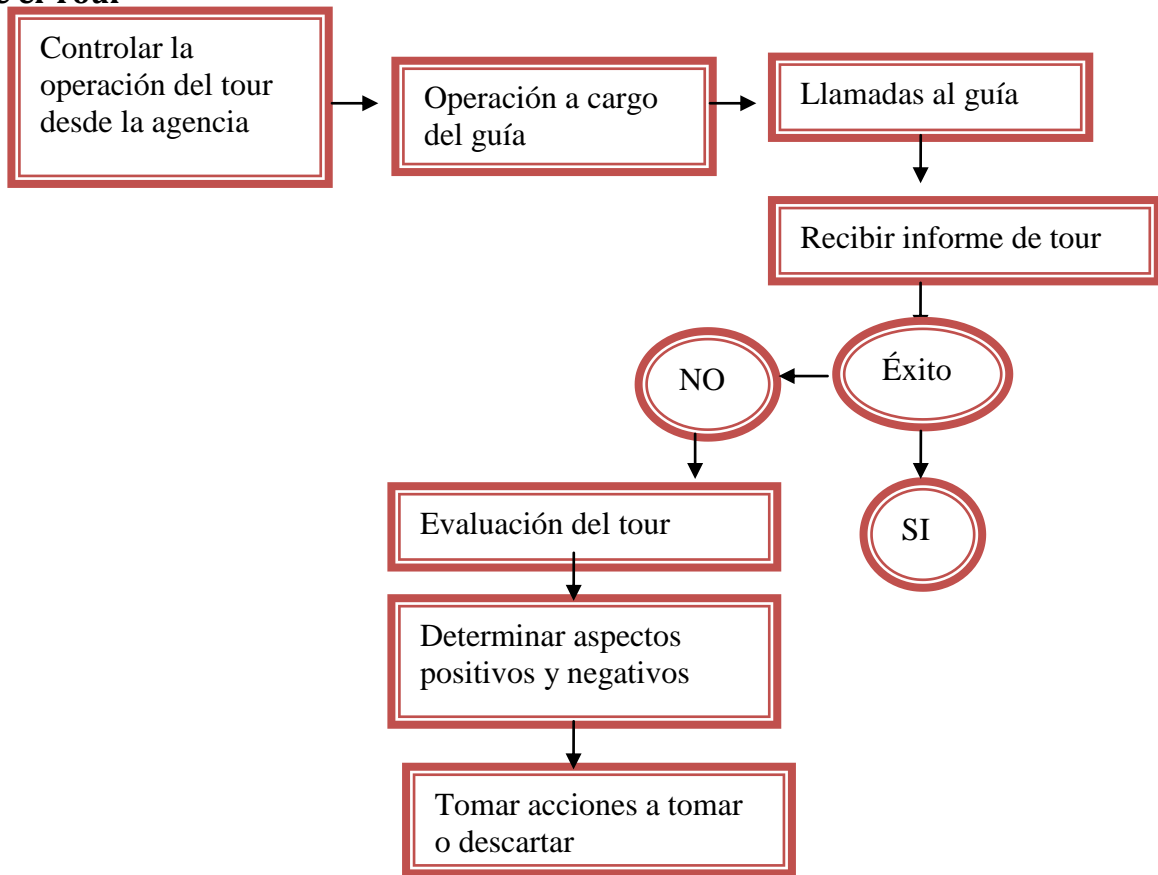
## Ventas directas



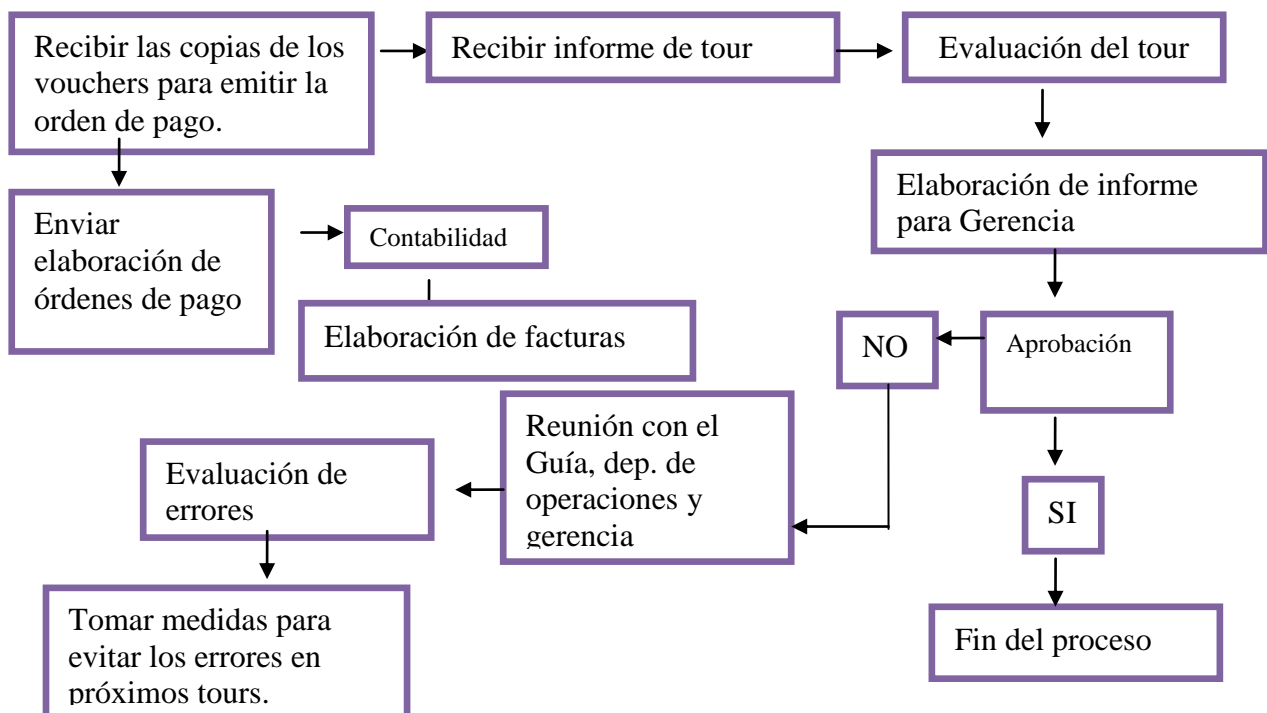
## Realización del Tour



### Durante el Tour



### Después del tour



## Equipo necesario

### Herramientas de trabajo

Material	Cantidad	Precio	Imagen
Mosquetones	10	103.40	
Cuerda 9,6 mm 40 metros	5	470	
Arnes	5	515	
Cordino 7mm	100	2.30	

<b>Descensor</b>	10	425	
<b>Clavijas</b>	20	146	
<b>Poleas</b>	10	198	
<b>Linternas</b>	20	300	
<b>Carpas</b>	10	1920	
<b>Aislante</b>	20	166	

<b>Sleeping</b>	20	1128	
<b>Reverbero</b>	5	122	
<b>Coolers</b>	3	240	
<b>Cascos</b>	10	311.50	
<b>TOTAL</b>		<b>7700</b>	

Estos materiales serán necesarios para realizar la operación de cada tour, se ha tomado en cuenta la calidad y la resistencia de cada uno de los equipos, procurando brindar confort y seguridad a los turistas al momento de usar cada elemento, se realizará la compra de más materiales conforme vayan aumentando las ventas en un tiempo de 1 año aproximadamente y tienen un tiempo de depreciación de 5 años siendo este valor no reembolsable.

### Muebles y enseres



Descripción	Cantidad	Valor	Total	Imagen
-------------	----------	-------	-------	--------

<b>Escritorios</b>	2	101	202	
<b>Papeleras</b>	4	18	72	
<b>Sillas tipo oficina</b>	2	60	120	
<b>Archivadores</b>	2	154	308	
<b>Mesa de reuniones</b>	1	120	120	

Sillas clientes	4	120	30	
Pizarrón	1	210	210	
<b>TOTAL</b>			<b>1062</b>	

Los materiales y muebles de oficina son los necesarios para la adecuación de un a oficina desde donde se realizará la parte administrativa, de planificación y venta de cada uno de los tours, tienen un tiempo de depreciación de 10 años.

### Equipo de computo

Descipción	Cantidad	Valor	Imagen
Computadoras	2	726	
Impresora multifunción	1	134	
<b>TOTAL</b>			<b>860</b>

Este equipo de computo es básico para la administración de la oficina y será comprado al inicio de las operaciones y se deprecian en 3 años.

## Ubicación Oficinas

Las oficinas se ubican en la ciudad de Machachi, en las Calles García Moreno y Bolívar (Parque Central de Machachi).

Esta ubicación es estratégica ya que aquí se concentra el sector administrativo del Cantón y es un importante sector económico dentro de esta localidad.

Se pagarán 100 dólares de arriendo mensual y se entregará una garantía de 300 dólares. El índice de alza de arriendo durante el tiempo es estable en esta zona y no existen incrementos desmesurados.



## Proveedores

Agencias mayoristas e internacionales de la ciudad de Quito, especialmente Metroplintang Touring, empresa con la que esperamos firmar un convenio de trabajo y la Empresa de Ferrocarriles Ecuatorianos para brindar a los turistas otras opciones mientras visitan el Cantón Mejía.

Nuestros proveedores serán las hosterías del Cantón Mejía que reciben turistas extranjeros y no tienen programas de visita, entre ellas tenemos:

<b>Nombre</b>	<b>Tipo</b>	<b>Ubicación</b>
<b>Hacienda La Alegría</b>	Hostería	Sector Rumipamba
<b>Chilcabamba lodge</b>	Hostería – Refugio	Loreto del Pedregal
<b>Hacienda Porvenir</b>	Hostería	Pedregal
<b>Hacienda Yanahurco</b>	Hostería	Pedregal
<b>Tambopaxi</b>	Hostería – Refugio	Pedregal
<b>Pachamama</b>	Hostería	Barrio Guitig
<b>Secret Garden</b>	Hostería	Loreto del Pedregal
<b>Hostería la Estación</b>	Hostería	La Moya, Aloasí
<b>Hostería Papagayo</b>	Hostería	Hacienda la Bolivia
<b>Umbria Gourmet</b>	Hostería	Sector Umbria
<b>Hostería San Patricio</b>	Hostería	Barrio la Avanzada
<b>Sierra Loma</b>	Hostería	Faldas del Volcán Corazón
<b>Puerta al Corazón</b>	Hostería	Aloasí
<b>Ugshupamba</b>	Hostería	Sector Miraflores
<b>Hostería la Llovizna</b>	Hostería	El Chaupi
<b>Nina Rummy</b>	Hostería	El Chaupi

## **CAPITULO 5 DATOS FINANCIEROS**

### **Inversión inicial**

<b>ACTIVOS FIJOS</b>	<b>9.622,00</b>	<b>52%</b>
HERRAMIENTAS Y EQUIPO DE TRABAJO	7.700,00	
EQUIPOS DE COMPUTACION	860,00	
MUEBLES Y ENSERES	1.062,00	
<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	<b>3.300,00</b>	<b>18%</b>
GASTOS DE CONSTITUCION	3.000,00	
GARANTIA ARRIENDO	300,00	
<b>CAPITAL DE OPERACIÓN</b>	<b>5.604,74</b>	<b>30%</b>
GASTOS	5.604,74	
<b>INVERSION TOTAL</b>	<b>18.526,74</b>	<b>100%</b>

La inversión inicial con la que trabajará nuestra agencia operadora será de 18.526, 74 dólares repartidos en:

- **Activos Fijos:** En los que constan las herramientas y equipos de trabajo con los que se realizarán los tours, equipos de computo y muebles y enseres. La inversión en estos activos equivale al 52% del total de la inversión.
- **Activos diferidos:** Estos son los gastos de constitución de la empresa y los gastos para la obtención de todos los permisos que la ley exige. Además consta el valor de la garantía del arriendo que se lo entrega al momento de la firma del contrato y se lo devuelve al finalizar el mismo dependiendo si la garantía persiste o no. Los activos diferidos constituyen al 18% del total de la inversión.
- **El Capital de Operación:** Es la sumatoria de todos los gastos fijos a cubrir durante un año, se los divide para 12 que son los meses del año y posteriormente para los 3 primeros meses, tiempo en el cual la agencia empezará a tener sus propios ingresos y ya no será necesaria la inversión de capital. Estos rubros equivalen al 30% de la inversión total. Estos gastos se detallan en la siguiente tabla.

Gasto Sueldos	18.639	
Arriendo Local	1.200	
Servicios Básicos	780	
Publicidad	1.800	
<b>TOTAL</b>	<b>22.419</b>	<b>5604,736</b>

Se realizará un préstamo por 15.000 a una tasa de interés del 0.15% a un plazo de 36 meses, de esto se pagará mensualmente la cuota de 519,98. Y el resto de la inversión en base a aporte de los socios (Anexo Tabla de Amortización).

## Presupuesto de ventas

El incremento de ventas lo estimamos en base al incremento del mercado en un 8%.

El incremento de costos se estima en base a la inflación históricamente registrada es decir al 5%.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>TOUR 1</b>			
# de personas	240	259	280
Precio Unitario	74	78	82
<b>Total ingresos</b>	<b>17.748</b>	<b>20.126</b>	<b>22.823</b>

<b>TOUR 2</b>			
# de personas	240	259	280
Precio Unitario	58	61	64
<b>Total ingresos</b>	<b>13.920</b>	<b>15.785</b>	<b>17.901</b>

<b>TOUR 3</b>			
# de personas	280	302	327
Precio Unitario	149	157	165
<b>Total ingresos</b>	<b>41.818</b>	<b>47.422</b>	<b>53.776</b>

<b>TOUR 4</b>			
# de personas	240	259	280
Precio Unitario	120	126	133
<b>Total ingresos</b>	<b>28.884</b>	<b>32.754</b>	<b>37.144</b>

<b>TOUR 5</b>			
# de personas	240	259	280
Precio Unitario	30	32	33
<b>Total ingresos</b>	<b>7.207</b>	<b>8.173</b>	<b>9.268</b>

<b>TOTAL PRES. DE VENTAS</b>	<b>109.577</b>	<b>124.261</b>	<b>140.911</b>
------------------------------	----------------	----------------	----------------

## Presupuesto de costo de ventas

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>TOUR 1</b>			
# de personas	240	259	280
Precio Unitario	74	78	82
% Costo de ventas	69%	69%	69%
Costo de Ventas Unitario	51	54	56
<b>Total costo de ventas</b>	<b>12.240</b>	<b>13.880</b>	<b>15.740</b>

<b>TOUR 2</b>			
# de personas	240	259	280
Precio Unitario	58	61	64
% Costo de ventas	69%	69%	69%
Costo de Ventas Unitario	40	42	44
<b>Total costo de ventas</b>	<b>9.600</b>	<b>10.886</b>	<b>12.345</b>

<b>TOUR 3</b>			
# de personas	280	302	327
Precio Unitario	149	157	165
% Costo de ventas	69%	69%	69%
Costo de Ventas Unitario	103	108	114
<b>Total costo de ventas</b>	<b>28.840</b>	<b>32.705</b>	<b>37.087</b>

<b>TOUR 4</b>			
# de personas	240	259	280
Precio Unitario	120	126	133
% Costo de ventas	69%	69%	69%
Costo de Ventas	83	87	92

Unitario			
<b>Total costo de ventas</b>	<b>19.920</b>	<b>22.589</b>	<b>25.616</b>

<b>TOUR 5</b>			
# de personas	240	259	280
Precio Unitario	30	32	33
% Costo de ventas	77%	77%	77%
Costo de Ventas Unitario	23	24	25
<b>Total costo de ventas</b>	<b>5.544</b>	<b>6.287</b>	<b>7.129</b>

Además considerando los gastos mensuales tenemos una proyección anual con los siguientes valores:

### Presupuesto anual de gastos

	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
Gasto Sueldos	18.639	20.739	21.776
Arriendo Local	1.200	1.260	1.323
Servicios Básicos	780	819	860
Publicidad	1.800	1.890	1.985
Depreciaciones	1.933	1.933	1.933
Intereses Financieros	1.964	1.277	479
<b>TOTAL</b>	<b>26.316</b>	<b>27.917</b>	<b>28.355</b>

### Estado de resultados proyectado

	<b>año 1</b>	<b>año 2</b>	<b>año 3</b>	<b>año 4</b>	<b>año 5</b>
<b>VENTAS</b>	<b>109.577</b>	<b>124.261</b>	<b>140.911</b>	<b>159.794</b>	<b>181.206</b>
TOUR 1	17.748	20.126	22.823	25.881	29.350
TOUR 2	13.920	15.785	17.901	20.299	23.019
TOUR 3	41.818	47.422	53.776	60.982	69.154
TOUR 4	28.884	32.754	37.144	42.121	47.765
TOUR 5	7.207	8.173	9.268	10.510	11.918

<b>COSTOS</b>		<b>-76.144</b>	<b>-86.347</b>	<b>-97.918</b>	<b>-111.039</b>	<b>-125.918</b>
TOUR 1		12.240	13.880	15.740	17.849	20.241
TOUR 2		9.600	10.886	12.345	13.999	15.875
TOUR 3		28.840	32.705	37.087	42.057	47.692
TOUR 4		19.920	22.589	25.616	29.049	32.941
TOUR 5		5.544	6.287	7.129	8.085	9.168
<b>UTILIDAD BRUTA</b>		<b>33.433</b>	<b>37.913</b>	<b>42.994</b>	<b>48.755</b>	<b>55.288</b>

<b>GASTOS OPERATIVOS</b>		<b>-24.352</b>	<b>-26.641</b>	<b>-27.876</b>	<b>-28.887</b>	<b>-30.249</b>
Gasto Sueldos		18.639	20.739	21.776	22.865	24.008
Arriendo Local		1.200	1.260	1.323	1.389	1.459
Servicios Básicos		780	819	860	903	948
Publicidad		1.800	1.890	1.985	2.084	2.188
Comisiones		0	0	0	0	0
Depreciaciones		1.933	1.933	1.933	1.646	1.646
<b>UTILIDAD OPERACIONAL</b>		<b>9.081</b>	<b>11.272</b>	<b>15.117</b>	<b>19.868</b>	<b>25.039</b>

<b>GASTOS FINANCIEROS</b>						
Intereses Financieros		1.963,95	1.276,59	478,74	0,00	0,00

<b>UTILIDAD ANTES DE IMPT</b>		<b>7.117</b>	<b>9.996</b>	<b>14.639</b>	<b>19.868</b>	<b>25.039</b>
-------------------------------	--	--------------	--------------	---------------	---------------	---------------

<b>15% Participación Trabaja</b>		<b>1.068</b>	<b>1.499</b>	<b>2.196</b>	<b>2.980</b>	<b>3.756</b>
<b>24% Impuesto a la Renta</b>		<b>1.452</b>	<b>2.039</b>	<b>2.986</b>	<b>4.053</b>	<b>5.108</b>
<b>UTILIDAD NETA</b>		<b>4.598</b>	<b>6.457</b>	<b>9.457</b>	<b>12.835</b>	<b>16.175</b>

<b>(+) Depreciaciones</b>		1.933	1.933	1.933	1.646	1.646
<b>(-) Amortización Deuda</b>		4.276	4.963	5.761		
<b>Inversión Inicial</b>	<b>18.527</b>	-				
<b>FLUJO NETO DE EFECTIVO</b>	<b>18.527</b>	<b>2.255</b>	<b>3.427</b>	<b>5.628</b>	<b>14.481</b>	<b>17.822</b>

Por medio de este estado de resultados proyectado a 5 años podemos observar y determinar los flujos de dinero que nuestra empresa generará después de restar los costos de operación, gastos mensuales a cubrir, deudas adquiridas y obligaciones tributarias.

## CAPITULO 6. INDICADORES

### Análisis de punto de equilibrio

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
<b>Participación Ventas</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
TOUR 1	16%	16%	16%	16%	16%
TOUR 2	13%	13%	13%	13%	13%
TOUR 3	38%	38%	38%	38%	38%
TOUR 4	26%	26%	26%	26%	26%
TOUR 5	7%	7%	7%	7%	7%

<b>Margen de Contribución</b>					
TOUR 1	23	24	25	27	28
TOUR 2	18	19	20	21	22
TOUR 3	46	49	51	54	56
TOUR 4	37	39	41	43	45
TOUR 5	7	7	8	8	8
<b>Margen de Contribución Ponderado</b>	<b>34</b>	<b>36</b>	<b>37</b>	<b>39</b>	<b>41</b>

<b>Punto de Equilibrio Turistas por Tour</b>					
TOUR 1	125	127	123	119	119
TOUR 2	98	99	96	93	93
TOUR 3	295	298	289	280	279
TOUR 4	204	206	199	193	193
TOUR 5	51	51	50	48	48
<b>Punto de Equilibrio personas</b>	<b>774</b>	<b>782</b>	<b>757</b>	<b>734</b>	<b>732</b>

Para alcanzar el punto de equilibrio dentro de nuestra empresa, son necesarios 66 turistas repartidos en 10 del primer paquete, 8 del segundo paquete, 25 del tercer paquete, 18 del cuarto paquete y 5 del quinto paquete, es decir un aproximado de 774 turistas durante todo el año.

## **Tasa interna de retorno**

Es definida como la tasa de descuento que iguala al valor actualizado de los flujos de fondos futuros netos generados por un proyecto, con la inversión inicial.

Según el criterio de TIR la empresa puede acometer un proyecto de inversión sólo cuando su tasa interna de rentabilidad sea igual o superior al costo medio ponderado del capital pues busca un equilibrio entre el costo del capital y la rentabilidad interna del proyecto (Loring, 2004: página (267)).

Es así que nuestro proyecto tiene una tasa interna de retorno del 25,23 %.

## **Valor actual neto**

El VAN de un proyecto es la suma algebraica del valor actualizado de todos los flujos de fondos (cobros y pagos) que ya se han realizado, o se han de realizar en el futuro en relación con él, durante un período predeterminado de tiempo (Loring, 2004: página (239)).

Después de realizar los cálculos respectivos se estableció que el valor actual neto de la agencia operadora de turismo Tierra Grande Tours es de 6.866.

## **Período de Retorno de Inversión**

Corresponde al tiempo en que se recuperará la inversión del capital.

Con una inversión de 18,526.74, cubriendo gastos del ejercicio y con todas las obligaciones legales al día se recuperará en un tiempo de 3 años 10 meses.

## CONCLUSIONES

- ✓ Después de realizado el estudio financiero en base a flujos de caja en tiempo real, estados de resultados proyectados a 5 años, tasa interna de retorno, valor actual neto, período de retorno de inversión, se determina que este proyecto es viable ya que todos los criterios de evaluación e inversión son positivos.
- ✓ Después de haber realizado el estudio de mercado tanto a las empresas como a las personas se determino que la creación de una agencia operadora de turismo de aventura es factible ya que no existen empresas de este tipo dentro del cantón que brinden este tipo de servicios.
- ✓ En base a la investigación de la competencia se determina que Tierra Grande Tours, se constituye en la primera agencia operadora de turismo del Cantón Mejía que planifique sus tours de manera integral, promocionando todo el cantón en base a las áreas naturales protegidas que se encuentran en su jurisdicción.
- ✓ De acuerdo al análisis de los atractivos turísticos con los que cuenta el Cantón Mejía, se establece que este territorio tiene un alto potencial para el desarrollo del turismo de aventura y cultura ya que se determinan alrededor de 137 manifestaciones naturales y culturales.
- ✓ Los tours que se planificaron como punto de partida se basaron en el estudio de mercado realizado, en el que se determinaron las principales necesidades a ser satisfechas por turistas nacionales y por agencias promotoras de turismo nacional.
- ✓ Se realizó un análisis minucioso sobre las características de los empleados que trabajarán en nuestra empresa, tomando en cuenta actitudes y habilidades que son importantes en la industria turística.

## **BIBLIOGRAFÍA.**

BCE, Banco Central del Ecuador (2010), Estadísticas de importación.

Crosby A y Moreda A, (1996), Definición de Turismo.

Ecuador, Reglamento General de Actividades Turísticas, decreto No 3.400,  
publicado en el Registro Oficial No. 726 de 17 de diciembre del 2002

Ecuador, Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo, decreto No. 1186,  
publicado en el Registro Oficial No. 244 del 5 de enero de 2004.

Ministerio de Ambiente (2011), Dirección Nacional de Biodiversidad, Ingresos a Áreas  
Naturales.

Ilustre Municipio del Cantón Mejía, (2009), Plan de Desarrollo Turístico Sostenible para el  
Cantón Mejía, (Inédito), Machachi – Ecuador.

INEC, Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, (2011), Anuarios de Migración  
Internacional.

Loring, J., (2004), La gestión financiera, Editorial Edusto. Córdoba – Argentina.

OMT, Organización Mundial del Turismo, (2009), El turismo: un fenómeno económico y social,  
(en línea:), “disponible en:” <http://unwto.org/es/about/turismo> “recuperado:” Fecha  
de consulta 10 de octubre de 2011.

Super Intendencia de Compañías, (1999), Ley de Compañías, Art. 102.



Ministerio de Turismo, (2010), Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística.



Ministerio de Turismo, (2009), Políticas Turísticas.


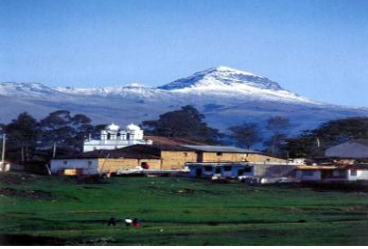

OMT Organización Mundial del Turismo (2011), Barómetro Turístico Junio.





Osterwalder Alex, Business Model Generation, John Wiley & Sons Inc, New Jersey – Estador Unidos, 2010.




## ANEXOS.







<b>Nombre</b>	<b>Descripción</b>	<b>Foto</b>
<b>Cerro la Viudita.</b>	La principal característica del cerro La Viudita es de índole histórico cultural, debido a que en la Etapa Colonial fue de trascendental incidencia por su ubicación estratégica, ya que en sus faldas se ubicaron las fuerzas españolas que debían evitar que las fuerzas libertadoras lleguen a Quito, objetivo que no fue conseguido finalizando con la Batalla de Pichincha el 24 de Mayo de 1822. Por ello, en noviembre de cada año los alumnos de centros educativos del sector ascienden al Cerro La Viudita.	
<b>Señor del Casanto</b>	Escultura hecha sobre la superficie de un árbol de casanto parecido a la figura de Cristo, tiene unos 250 años de antigüedad, esta escultura se encuentra en un atrio dentro de la Iglesia de la Parroquia de Nuestra Señora de Asunción de Alóag, siendo venerado por las personas del sector. Esta escultura es uno de los cuatro Señores del Árbol existentes en el Ecuador.	
<b>Bosque Toachi Pilaton</b>	Este sitio comprende algunos bosques remanentes localizados al occidente de la provincia de	




	<p>Pichincha, entre las poblaciones de Chiriboga, Tandapi, Alluriquín y Santo Domingo de los Colorados. El Bosque Protector Toachi-Pilatón, de más de 200.000 ha, incluye gran parte del área donde se encuentran la Reserva Natural y Hacienda La Hesperia, de 822 ha, hacienda Tinalandia, de 250 ha, y otras áreas protegidas privadas como la Reserva Florística Río Guajalito y el Bosque Protector Río Guajalito, que protegen cerca de 900 ha. El Bosque Protector Toachi-Pilatón carece de manejo, su estado de conservación es alarmante y posiblemente pierda su estatus de Bosque Protector.</p>	
<p><b>Bosque Hacienda Bombolí</b></p>	<p>Predomina la vegetación del bosque muy húmedo montano bajo, algunos árboles alcanzan una altura de hasta los 15 metros, es un área protegida, compuesta por zonas de bosque primario bajo también, hermosas cascadas, 10 km de orquídeas cultivadas de manera totalmente natural, helechos milenarios, plantas medicinales y diversidad de aves. La Reserva Ecológica Bombolí, es un área protegida, y está ubicada en el km. 20 de la vía Alóag-Santo Domingo, su ingreso se realiza por la hacienda La Florida, donde empieza la ampliación de la vía a cuatro carriles, se debe tomar al costado izquierdo por un camino de fácil acceso de aproximadamente 5,8 km.</p>	
<p><b>Santuario de la Virgen de los Dolores</b></p>	<p>La edificación del templo de la localidad viene desde la época de la Colonia. Las erupciones del Pichincha en septiembre de 1575 y agosto de 1589 y también la del Cotopaxi en 1778, dejaron secuelas</p>	



	<p>y normas para futuros diseños de los templos. La Iglesia se construyó con un bloque de 75 metros de fondo por 12 metros, constaba de 3 naves con columnas abultadas para espaciar los arcos y abrir la nave central que terminan en bóveda. En diferentes épocas se ha ido completando el interior con 5 altares pequeños laterales, dos confesionarios, púlpito y oleografías.</p>	
<p><b>El Corazón</b></p>	<p>El volcán en sí es una caldera erosionada y abierta hacia el noroccidente, el cráter se convirtió en un barranco para formar le río Negro. Hay presencia de construcciones indígenas que sirvieron de bases militares. Su nombre obedece a que dos quebradas bajan desde la cima y forman un corazón. El Corazón es de origen volcánico, del período cuaternario antiguo, está formado por andesitas pirotecnias de color gris oscuro.</p>	
<p><b>Hacienda Agri - Cayetano</b></p>	<p>Hacienda de corte emprendedor. Vinculada a prácticas ambientales. A través de visitas guiadas, también se promueve otras actividades complementarias. En este destino turístico que propone el disfrutar de una innovadora forma de vivir con la naturaleza, dispone de miradores naturales, senderos ecológicos, bosque, plaza de toros e instalaciones para manejo de animales.</p>	



<p><b>Hacienda Ugshupamba</b></p>	<p>Es un lugar especial que goza de tranquilidad y seguridad al tener acceso único. Trabajan niños por medio de campamentos de verano. La hacienda es perfecta también para los extranjeros que quieran aprender el español mientras comparten una cultura diferente dejando su huella en nuestras hermosas tierras.</p>	
<p><b>Estación del Tren</b></p>	<p>La Estación del Tren en Aloasí llamada Machachi lugar de paso que viene desde Chimbacalle pasando por Tambillo y sitio de parada para los visitantes actualmente su funcionamiento solo es de transferencia, pero su valor histórico es grande esperando la reconstrucción total del ferrocarril, y tener un repunte para el sector turístico.</p>	
<p><b>Centro INIAP</b></p>	<p>Investigación y validación de sistemas agroforestales para una agricultura sostenible en la Sierra del Ecuador, tiene un reconocido prestigio gracias al compromiso de trabajo y alto nivel científico y técnico de sus funcionarios</p>	
<p><b>Volcán Atacazo</b></p>	<p>El volcán Atacazo de 4.750 m.s.n.m. Está formado por diversas calderas y algunos domos volcánicos, una de sus calderas que se considera con actividad volcánica es el Ninahilca. En las quebradas y zonas de difícil acceso todavía se encuentra vegetación natural remanente que corresponde al bosque y matorral de páramo andino, existen páramos de pajonal sobre los 3500 metros de altitud también alterados, mientras que en las faldas huasy cultivos de papas y maíz principalmente, también pasto</p>	




	<p>para ganado. Además, el agua de las cuencas hídricas se canaliza para el consumo de la población de Quito.</p>	
<p><b>Los Illinizas</b></p>	<p>Los Illinizas forman una barrera geológica que condensa la humedad proveniente de la región Costa. Nacen los principales afluentes del río Esmeraldas; el Toachi y el Pilatón. Estas montañas constituyen el baluarte occidental del Nudo de Tiopullo, cadena transversal que divide la Hoya de Guayllabamba de Latacunga. Son dos cimas de roca y nieve frente al Cotopaxi. Los indígenas llaman solamente Iliniza al más alto que es el Sur, mientras que es denominado Tioniza al más bajo.</p>	
<p><b>Hacienda Chisinche</b></p>	<p>"Es viva remembranza de la gran hacienda serrana". Está situada en el valle de Machachi y se extiende por las estribaciones orientales. Su historia se remonta a la época colonial, continúa durante los tiempos de la independencia y se mantiene hasta estos días. En ella se desarrollan actividades de crianza de ganado vacuno. Cuenta con, la casa de hacienda, aposentos anexos, patios y jardines, y la Capilla que se conserva intacta.</p>	
<p><b>Comunidad San Bartolomé</b></p>	<p>Es un lugar en donde cada una de las personas colaboran para la estancia de los visitantes, siendo una paso obligado hacia los Illinizas. Además se puede observar la vida cotidiana de la comunidad así como la elaboración de sus comidas típicas como es papas, habas cocidas con cuy o conejo.</p>	





<p><b>Pucará Inga Corral</b></p>	<p>Es una pequeña colina con una manantial natural, este sitio era utilizado como estrategia militar para observar la llegada del enemigo; hoy es el lugar que sirve de referencia para apreciar los Illinizas. Se puede observar el Valle de Machachi, Volcán Cotopaxi, Los Illinizas, Rumiñahui, El Corazón, Sincholagua.</p>	
<p><b>Capac Ñan</b></p>	<p>Cascada proveniente de las cumbres de la cordillera occidental, producto de la alta plusvalía de la región, generada por las corrientes del río Napac que da a lugar un impresionante vista.</p>	
<p><b>Feria de la Fritada</b></p>	<p>La posición estratégica de Tandapi dio paso al comercio de un plato apetecido como es la fritada. Gran parte de restaurantes y locales de expendio de alimentos se dedican a la venta de este plato típico.</p>	
<p><b>Cara del Diablo</b></p>	<p>Escultura del Rey de las Tinieblas fue labrada en la roca pura por un maquinista trabajador del Ministerio de Obras Públicas, entre 1985 y 1987.</p>	
<p><b>Fiesta de la Virgen de la Merced de la Merced</b></p>	<p>Las Fiestas de la Virgen de la Merced se desarrollo en el centro de Tandapi el 24 de septiembre con gran algarabía, mediante una gran pregón por parte de los habitantes del lugar y sus alrededor. También hay comparsas para celebrar a la patrona de Tandapi.</p>	
<p><b>Río Toachi</b></p>	<p>Este Río que forma parte del Bosque Protector Toachi Pilatón es</p>	

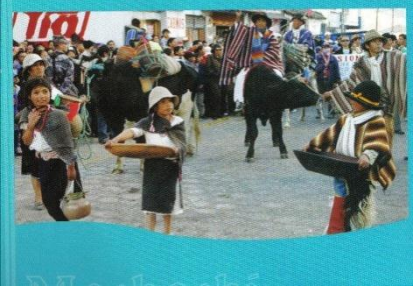

	<p>muy utilizado para practicar el canyoning, lamentablemente el río no tiene el debido cuidado por lo que puede desaparecer. Pasa por los bordes de la carretera Alóag - Santo Domingo que después se unirá al Pilatón.</p>	
<p><b>Estación del Tren - Tambillo</b></p>	<p>Actualmente es el punto de partida del Autoferro. Es una ruta corta, ideal para paseo de fin de semana en familia o para quienes gustan del ecoturismo, El tren llega hasta la estación Cotopaxi frente al Área Recreacional El Boliche que se encuentra dentro del Parque Nacional Cotopaxi. Durante las dos horas y media que permanece el tren en esta Estación Cotopaxi usted puede hacer uso de las instalaciones del Área, las cuales incluyen, senderos auto guiados e interpretativos, cabañas, áreas de camping, áreas de recreación y distracción, museos y centros de interpretación ambiental.</p>	
<p><b>Carretera Antigua</b></p>	<p>Esta carretera sigue siendo utilizada, comprende desde el inicio del antiguo camino de Tambillo a Uyumbicho, atravesando el Puente de Jalupana, el Parque Central, y continúa hasta la calle García Moreno. Su atractivo recae en la arquitectura de las casas aledañas guardando estilos coloniales, sus puentes que aún se conservan desde hace 65 años. Este pequeño recorrido o microcircuito barrial pintoresco está cercano a la Estación del Tren y se lo puede visitar a cualquier hora.</p>	




<p><b>Centro de Rescate Santa Martha</b></p>	<p>Dedicado a la conservación de fauna salvaje, el Centro de Rescate Santa Martha es un santuario para animales rescatados en malas condiciones de salud y/o en tráfico ilegal, aquí en Ecuador. El Centro presta su ayuda desde el 2001, es de propiedad de Johnny y Brenda Córdova, y está situado en la Hacienda Santa Martha, aproximadamente 45 minutos de Quito.</p> <p>Aquí se ofrece a los voluntarios la oportunidad única para cuidar y ayudar a rehabilitar una gran diversidad de animales salvajes que incluyen monos, gatos montes, osos, reptiles y loros, entre otros.</p> <p>Cómo Llegar: Desde el ingreso a Tambillo, en sentido norte –sur (Quito - Machachi), debe tomar a la derecha el camino de adoquín que conduce al barrio El Belén.</p>	
<p><b>Iglesia de Uyumbicho</b></p>	<p>La construcción de la Iglesia fue posible gracias al sacerdote Lazarista alemán Pedro Bruning, entre 1930 y 1936, en su obra Bruning desarrolló una tendencia ecléctica, tomando elementos y formas estéticas funcionales clásicas europeas. En el Retablo Mayor dorado con la técnica de “Pan de Oro” se encuentran las esculturas de La Virgen del Rosario, San Antonio de Padua y San Francisco. A lo largo del interior de la Iglesia se puede ver esculturas de El Señor de la Buena Esperanza, San Isidro Labrador y San Vicente Ferrer. Actualmente, el exterior e interior de la Iglesia han sido restaurados por parte del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.</p>	



<p><b>Refugio de Vida Silvestre Pasochoa</b></p>	<p>El Refugio de Vida Silvestre Pasochoa fue creado el 11 de diciembre de 1996 con una superficie total de 500 hectáreas. Reserva de interés científico nacional e internacional, por poseer lo último en vegetación andina endémica de los Andes ecuatorianos; la fauna presenta endemismo en menor grado que la flora con especies interesantes para el estudio de los entendidos en fauna andina, principalmente para ornitólogos. A lo largo de la reserva existen cinco senderos el más largo conduce al cráter con un tiempo aproximado de 8 horas en recorrer de ida y regreso. Los cuatro senderos restantes de menor longitud y dificultad, recorren exclusivamente el sector del bosque aledaño, incluyendo recursos hídricos, escénicos y de flora y fauna nativa que tienen su último reducto en el bosque del Pasochoa.</p>	
<p><b>Volcán Pasochoa</b></p>	<p>El volcán Pasochoa está situado al noreste del Valle de Machachi, en la cordillera oriental y en posición adelantada respecto al nudo de Tíopullo. De formación natural producida por grandes sacudidas tectónicas de la edad geológica, tiene una altura de 4.225 m.s.n.m. El Pasochoa es un volcán apagado. Su cima está compuesta por varios picachos agudos, desprovistos de nieve y cubiertos de una vegetación rala. Su caldera colapsada en forma de herradura, sirve de albergue para el Refugio de Vida Silvestre Pasochoa.</p>	




<p><b>Cascada San Luis - Machachi</b></p>	<p>Como es común en la zona del Valle de Machachi; aquí tenemos una cascada originada por la rica topografía combinada a las vertientes de agua provenientes de los deshielos de los volcanes que se encuentran en todo el callejón interandino.</p>	
<p><b>Mercado de Machachi - Machachi</b></p>	<p>Conserva las características del "Mercado Andino". Se divide en tres zonas: área de tubérculos, frutas y verduras; una segunda área de productos varios y granos, además de una plaza para la comercialización de animales. A este mercado confluyen comunidades de la misma región y de otras del país. Entre otras, podemos mencionar: Tambillo, Uyumbicho, Laso, Conocoto; regionales, Santo Domingo, Latacunga, Ambato. Alrededor de las plazas que hacen el mercado se ubican almacenes de abastos.</p>	
<p><b>La Tesalia</b></p>	<p>Un lugar emblemático, que atrae a los visitantes, son las Fuentes de Tesalia, denominadas así para recordar los balnearios de Grecia. Agua Mineral de origen volcánico se aprovecha para el turismo de salud. A sólo 3 km de Machachi, las fuentes de Tesalia brindan aguas aciduladas magnésicas, ricas en anhídrido carbónico, bicarbonatos y sales que permiten destruir los gérmenes patógenos y curan ciertos males del tubo digestivo y de la piel. Además normalizan el funcionamiento nervioso y muscular. El agua de Güitig, llamada "un milagro de la naturaleza", se comercializa en todo el país. Su nombre viene de la palabra alemana "Gutig" que</p>	



	significa bondadoso.	
<b>Sincholagua - Machachi</b>	Uniéndose al Antisana a través de los Cerros Curiquinge y Mudadero, el Sincholagua se convierte en un mirador perfecto para varios volcanes de la Sierra. Este volcán apagado y erosionado que muestra una caldera hacia el sur, la actividad de éste volcán habría concluido en el Pleistoceno y los glaciares de esa época han tallado profundas quebradas en sus laderas.	
<b>Paseo del Chagra - Machachi</b>	Su origen se remonta a la última erupción del Cotopaxi en 1886. Los habitantes de la zona, ante la desesperación y dada su ciega fe religiosa, acudieron al párroco de ese entonces a solicitar que se trasladara al Señor de la Santa Escuela a las laderas del volcán en procesión luego los feligreses bajaron a Machachi con sus caballos adornados dando origen al Paseo Procesional	
<b>Valle del Pedregal</b>	Desde el Valle se puede acceder a la cima del Sincholagua Rumiñahui y Pasochoa, se realizan esporádicas carreras de motos hasta Latacunga, pasando por los Pedregales y Limpiopungo.	
<b>Parque Nacional Cotopaxi - Machachi</b>	Presenta un paisaje volcánico desde donde sobresalen el Cotopaxi y el Rumiñahui; alrededor de los cuales se presentan lahares, coladas de lava y depósitos de ceniza. Varios micro hábitats diferentes, ocasionando cambios en la dinámica del páramo. En el bosque de pino existente en sus alrededores se ha adaptado la fauna. Un rasgo característico de este Parque, es la	



	<p>coloración rojiza de los troncos y ramas de los árboles de sus bosques. La vegetación es típica de páramo. Sus límites han sufrido una serie de inconvenientes por cuanto muchas tierras que aparentemente pertenecían al Parque han sido adjudicadas a personas que han reclamado su pertenencia.</p>	
<p><b>Toma de la Plaza</b></p>	<p>Evento realizado durante las festividades de cantonización de Mejía, es el rescate de valores, identidad, costumbres y tradiciones del cantón. Esta actividad se desarrolla con la participación de las siete parroquias. Asisten delegaciones que en promedio están conformadas por 100 personas, los mismos que se esmeran en la preparación de sus comparsas y carros alegóricos. Cada comparsa presenta una actuación especial para mostrarla a las autoridades quienes evalúan y deciden la ganadora. El premio se retribuye económicamente en obras para los tres primeros puestos.</p>	
<p><b>Volcán Rumiñahui - Machachi</b></p>	<p>Se levanta desde el extremo este del nudo de Tiopullo, presenta una caldera de la que han quedado sus paredes orientales y restos solamente de los demás. Rumiñahui significa Cara de Piedra en idioma quichua. Este volcán apagado y extensamente erosionado constituye en un excelente mirador de los volcanes de esta zona. Es un viejo volcán, del cual queda en pie vestigios de su inmensa caldera, abierta al noreste; con paredes que se elevan casi 800 metros desde su base. Constituido básicamente por estratos de lava y ceniza con basaltos y pequeñas cantidades de</p>	


	olivina.	
<b>Iglesia Matriz de Machachi – Machachi</b>	<p>Con la llegada de misioneros franciscanos a finales del siglo XVII se construyó el templo de adobe y cubierta de paja. Entre 1810 y 1827 se construyó la nueva iglesia y el convento, así como una capilla adjunta para el Patrono de Machachi, el "Señor de la Santa Escuela", El 7 de febrero de 1922 se produjo un violento terremoto que destruyó parte del templo, lo que obligó al inicio de la construcción del Templo Matriz, en dirección norte-sur. Hoy en día la Iglesia Matriz de Machachi es una verdadera joya de arte, con una mezcla de barroco y una gama de simetría dórica.</p>	
<b>Termas la Calera - Machachi</b>	<p>El sector de La Calera mejor conocido como La Planta se encuentra encañonado en un encañonado que es atravesado por el río San Pedro. Se ubica en la hacienda del mismo nombre, se encuentra junto a una pequeña cascada, y este hecho produce una sensación particular a la gente que la visita, ya que en el mismo lugar se cuenta con agua fría de la cascada y agua caliente de la terma.</p>	
<b>Cascarónazo</b>	<p>Este año de 2007 fue la primera vez que se dio este evento acá en la ciudad de Machachi, esto se organizó bajo la idea original del Dr. Edwin David Yanez Calvache, quien fue la persona que quiso rescatar las tradiciones y costumbres que a través de tiempo fueron desapareciendo pero que ahora han sido recobradas.</p> <p>Para ser la primera vez, todo salió</p>	

	<p>muy bien la gente salió muy satisfecha y disfrutó mucho estos carnavales y lo que hay que destacar es que la gente no utilizo el agua, y solo jugó con espuma de carnaval.</p>	
<p><b>Talabartería - Machachi</b></p>	<p>La Talabartería es la actividad en la cual va perdiendo el interés por parte de los artesanos de Machachi, El Señor Gonzalo Vásquez quien con increíble creatividad elaboran una gran variedad de artículos de cuero especialmente monturas de caballo, como billeteras, carteras, cinturones, maletas, zapatos, ropa, etc.</p> <p>Los materiales que se utilizan son la piel de ganado vacuno curtido, tela, hilo de algodón, cartón y acrílico, también adornos, al inicio se curtía el cuero en el mismo sitio, ahora también se trae la materia prima de Ambato, Cuenca y el exterior. Los productos son vendidos para varios visitantes provenientes de ciudades como Quito, Cuenca, Guayaquil y en pequeña cantidad se ha empezado a exportar.</p>	
<p><b>Comida Típica - Machachi</b></p>	<p>Como cada rincón del Ecuador tiene su propio gastronomía, en Machachi también se puede disfrutar de sus platos típicos, en especial los visitantes viajan fines de semana y feriados como el Paseo del Chagra para saborear el hornado con mote, con tortillas, también se puede comer las deliciosas humitas, caldo de patas, yahuarlocro; además una bebida tradicional como el la chicha. y el agua mineral que se produce en la zona. Machachi es rica en tradición gastronómica.</p>	

<p><b>Iglesia de Tucuso</b></p>	<p>La construcción de la iglesia se remonta a 1930 aproximadamente y está consagrada a la Virgen de Fátima.</p> <p>En las bases de piedra de la fachada se encuentran los nombres CAYETANO TASIGUANO, sin conocer con exactitud si es el constructor de la iglesia o la persona que financió para la construcción de la misma.</p> <p>No se pudo tener una visión sobre el interior de la iglesia y sus Bienes, por cuanto se encontraba cerrada.</p> <p>La iglesia está ubicada en un barrio situado en el lado Sur de la población de Machachi, se caracteriza por ser un lugar de producción agrícola y lechera.</p>	
<p><b>Reservorio San Luis</b></p>	<p>Ambiente Lacustre, Reservorio para captación de agua y mediante turbinas se produce energía eléctrica para el Cantón Mejía. Este reservorio toma el nombre debido a que se encuentra en el sitio llamado San Luis, se encuentra a su alrededor cultivo de flores llamado Flor de Machachi, el reservorio se encuentra es estado de deterioro debido a su mala limpieza, en ella se encuentran desperdicios plásticos, botellas y recubierto de pasto.</p>	
<p><b>Laguna de Limpiopungo - Machachi</b></p>	<p>Tiene un magnífico panorama para la fotografía con elevaciones como el Cotopaxi, Rumiñahui y el Sincholagua. En el camino hacia este sitio se puede observar rebaños de llamas y algunas otras especies de mamíferos, especialmente conejos y venados; también es posible ver flora de altura que cambia notablemente a medida que</p>	

	<p>se asciende. La laguna está en peligro de desaparecer debido a las desviaciones de sus hídricas de alimentación para labores de riego, esto ha ocasionado el rápido crecimiento del pantano cubierto con totoras que rodea buena parte de su orilla. (Fuente: <a href="http://www.explored.com.ec">www.explored.com.ec</a>)</p>	
<p><b>Pucará de Salitre - Machachi</b></p>	<p>Al interior del Parque Nacional Cotopaxi se encuentra la laguna de Limpiopungo en la planicie que rodea la laguna. Está construido en la cima de una colina, las pendientes y laderas fueron modificadas. En el interior está compuesto por un terraplén revestido de tierra por el lado exterior. En el espacio interior de la terraza se identificaron 15 estructuras habitacionales, en el espacio superior central, está rodeado por un muro de piedra de forma elipsoidal. Su funcionalidad fue militar, está ubicada en una zona estratégica en materia de comunicación con el norte (Quito). (Fuente: Almeida, Eduardo, Monumentos Arqueológicos del Ecuador, 1977)</p>	
<p><b>Pamplonazo – Machachi</b></p>	<p>Pamplonazo, es una fiesta que se celebra en el mes de Enero, en la cual se suelta cabezas de ganado de las mejores reses, el inicio es desde La Iglesia Matriz y recorren las principales calles del Cantón principalmente por la Avenida Amazonas. Esta fiesta es una copia del recordado Pamplonazo de España en Pamplona.</p>	

<p><b>Reserva Privada Santa Rita - Machachi</b></p>	<p>La Reserva Privada Santa Rita es un lugar para estar en contacto con la naturaleza; ésta reserva se encuentra en las faldas del volcán Pasochoa, en este lugar existe variedad de flora, cuenta con áreas de acampar, además con espacios para realizar caminatas, bicicleta, escalada y canopy (pioneros del Ecuador). Esta hacienda está enfocada en la ganadería sostenible, ésta hacienda posee senderos, carece de electricidad, la hacienda tiene una extensión de más de 500 hectáreas. Se puede realizar observación de aves.</p>	
<p><b>Feria de Barros</b></p>	<p>Los habitantes de Machachi también se dedican a la elaboración de juguetes hechos de barro que se presenta cada domingo esta feria se presenta como una “Navidad chiquita”, la de los pobres, donde se encuentran objetos especialmente trabajados en cerámica ahora hay piezas trabajadas a mano y con la tecnología moderna nos ofrecen: juguetes, ollas, platos, figuras zoomorfas y antropomorfas, etc. en materiales diversos como la mencionada cerámica, hierro, hojalata, plástico y demás. Lamentablemente, esta feria ha sido invadida con objetos extraños que nada tienen que ver con la tradicional y atractiva feria de años atrás, con la venta de juguetes extranjeros que se acercan a los que se venden en cualquier almacén.</p>	

<p><b>Cultura Chagra - Machachi</b></p>	<p>El Chagra debe su nombre al hecho de ser nativo de las regiones rurales de la Serranía ecuatoriana. Desde la llegada de los españoles a tierras americanas emergió un nuevo personaje, el mestizo, producto violento de la raza india e ibérica. Este personaje ha convivido en los agrestes páramos, sumando un conjunto de valores que lo hacen único, debe su perennidad al infatigable compañero de aventuras: el caballo. La potencialidad cultural popular del altiplano ha forjado y cuidado al chagra, personaje afincado en las faldas y cejas de montaña, así como los páramos mismos, pero también en los valles.</p>	
-----------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------

**Tabla de amortización**

Número pagos	Pago de Capital	Pago de Interes	Cuota Mensual	CAPITAL Pendiente
1	332,48	187,50	519,98	14.667,52
2	336,64	183,34	519,98	14.330,88
3	340,84	179,14	519,98	13.990,04
4	345,10	174,88	519,98	13.644,94
5	349,42	170,56	519,98	13.295,52
6	353,79	166,19	519,98	12.941,73
7	358,21	161,77	519,98	12.583,52
8	362,69	157,29	519,98	12.220,84
9	367,22	152,76	519,98	11.853,62
10	371,81	148,17	519,98	11.481,81
11	376,46	143,52	519,98	11.105,35
12	381,16	138,82	519,98	10.724,19
13	385,93	134,05	519,98	10.338,26
14	390,75	129,23	519,98	9.947,51
15	395,64	124,34	519,98	9.551,87
16	400,58	119,40	519,98	9.151,29
17	405,59	114,39	519,98	8.745,70
18	410,66	109,32	519,98	8.335,04
19	415,79	104,19	519,98	7.919,25

20	420,99	98,99	519,98	7.498,26
21	426,25	93,73	519,98	7.072,01
22	431,58	88,40	519,98	6.640,43
23	436,97	83,01	519,98	6.203,46
24	442,44	77,54	519,98	5.761,02
25	447,97	72,01	519,98	5.313,05
26	453,57	66,41	519,98	4.859,49
27	459,24	60,74	519,98	4.400,25
28	464,98	55,00	519,98	3.935,27
29	470,79	49,19	519,98	3.464,48
30	476,67	43,31	519,98	2.987,81
31	482,63	37,35	519,98	2.505,18
32	488,67	31,31	519,98	2.016,51
33	494,77	25,21	519,98	1.521,74
34	500,96	19,02	519,98	1.020,78
35	507,22	12,76	519,98	513,56
36	513,56	6,42	519,98	0,00