



UNIVERSIDAD UTE

FACULTAD DE CIENCIAS GASTRONÓMICAS Y TURISMO

**CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y
CONSERVACIÓN AMBIENTAL**

**TRABAJO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA EN
ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y CONSERVACIÓN
AMBIENTAL**

**TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE
ACTIVIDADES TURÍSTICAS CON NIÑOS Y NIÑAS DE 8 A 12 AÑOS, EN LA
CIUDAD DE QUITO.**

AUTORA:

KAREN ANAHI ROMERO VÁSCONEZ

DIRECTOR DE TESIS:

MSC. MAURICIO BALAREZO

QUITO-2019

FORMULARIO DE REGISTRO BIBLIOGRÁFICO

PROYECTO DE TITULACIÓN

DATOS DE CONTACTO	
CÉDULA DE IDENTIDAD:	1724821838
APELLIDO Y NOMBRES:	ROMERO VÁSCONEZ KAREN ANAHI
DIRECCIÓN:	AV. TENIENTE HUGO ORTIZ Y CUSUBAMBA CALLE OE2M
EMAIL:	karenromero2306@hotmail.com
TELÉFONO FIJO:	
TELÉFONO MOVIL:	0987933415

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	Estudio de factibilidad para la implementación de actividades turísticas con niños y niñas de 8 a 12 años, en la ciudad de Quito.
AUTOR O AUTORES:	Karen Anahi Romero Vásconez
FECHA DE ENTREGA DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	18/10/2019
DIRECTOR DEL PROYECTO DE TITULACIÓN:	Msc. Mauricio Balarezo
PROGRAMA	PREGRADO <input checked="" type="checkbox"/> POSGRADO <input type="checkbox"/>
TÍTULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Conservación Ambiental
RESUMEN: Mínimo 250 palabras	El presente proyecto trata de un estudio de factibilidad para la creación de una empresa enfocada al turismo con niños de 8 a 12 años, en la ciudad de Quito; para ellos se llevó a cabo varios estudios. Primero se identificó la oferta y la demanda después se ejecutó un estudio técnico, legal, ambiental, organizacional financiero para el proyecto. Este trabajo a analizado que ahora la diversión, entretenimiento e interés de los padres y abuelos en su infancia fue muy distinta en relación a lo que ahora es, la dinámica y la práctica de los juegos forma

	<p>parte de la riqueza cultural de la niñez lo que actualmente se ha visto influenciado por el uso de la tecnología. Hoy en día es mucho más fácil, accesible y económico descargar juegos en línea en cualquier momento o ver videos en los tiempos libres como medio de distracción hacia el ser humano en general, lo que ha generado en los niños y jóvenes intereses distintos a los antiguamente practicados, en los adultos una obligada adaptación a lo que se vive y se practica actualmente con el avance tecnológico.</p> <p>Por otro lado, en base a la realización de encuestas a los padres de familia se llegó a la conclusión que este trabajo sería una gran idea y tendría el apoyo de varias instituciones educativas para que los niños aprendan y conozcan los sitios culturales y naturales que tiene la ciudad.</p> <p>Finalmente, en base a los estudios se concluyó como un proyecto factible que posee indicadores financieros alcanzables y que en un futuro podría crecer.</p>
<p>PALABRAS CLAVES:</p>	<p>Recreación, turismo y Ocio</p>
<p>ABSTRACT:</p>	<p>This project is a feasibility study for the creation of a company focused on tourism with children from 8 to 12 years, in the city of Quito; for them several studies were carried out. First, the supply and demand was identified, then a technical, legal, environmental, financial and organizational study was carried out for the project.</p> <p>This work has analyzed that now the fun, entertainment and interest of parents and grandparents in their childhood was very different in relation to what it is now, the dynamics and practice of games is part of the cultural richness of childhood what Currently</p>

	<p>he has been influenced by the use of technology.</p> <p>Nowadays it is much easier, accessible and economical to download online games at any time or watch videos in free time, as a means of distraction towards the human being in general; what has generated in children and young people interests different from those previously practiced and in adults a forced adaptation to what is lived and practiced today with technological advancement.</p> <p>On the other hand, based on conducting surveys of parents, it was concluded that this work would be a great idea and would have the support of several educational institutions so that children learn and know the cultural and natural sites that it has the city.</p> <p>Finally, based on the studies, it was concluded as a feasible project that has achievable financial indicators and could grow in the future.</p>
KEYWORDS	Recreation, tourism and leisure

Se autoriza la publicación de este Proyecto de Titulación en el Repositorio Digital de la Institución.

f: 
 ROMERO VÁSCONEZ KAREN ANAHI

1724821838

DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, **ROMERO VÁSCONEZ KAREN ANAHI**, CI 1724821838 autor/a del proyecto titulado: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS CON NIÑOS Y NIÑAS DE 8 A 12 AÑOS, EN LA CIUDAD DE QUITO previo a la obtención del título de **GRADO ACADÉMICO COMO APRECE EN EL CERTIFICADO DE EGRESAMIENTO** en la Universidad UTE.

1. Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las Instituciones de Educación Superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de graduación para que sea integrado al Sistema Nacional de información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.
2. Autorizo a la BIBLIOTECA de la Universidad UTE a tener una copia del referido trabajo de graduación con el propósito de generar un Repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Quito, 18 de octubre 2019


f: 

ROMERO VÁSCONEZ KAREN ANAHI

1724821838

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de tesis de grado certifico que el presente trabajo que lleva por título: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS CON NIÑOS Y NIÑAS DE 8 A 12 AÑOS, EN LA CIUDAD DE QUITO, para aspirar al título de Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Conservación Ambiental fue desarrollado por Romero Vásconez Karen Anahi, bajo mi dirección y supervisión, en la Facultad de Ciencias Gastronómicas y Turismo; y que dicho trabajo cumple con las condiciones requeridas para ser sometidos a la presentación pública y evaluación por parte del jurado examinador que se designe.

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'M. Balarezo', is written over a horizontal line.

DIRECTOR DEL TRABAJO

BALAREZO NOBOA MAURICIO ALBERTO

1707976229

DECLARACION JURAMENTADA DEL AUTOR

Yo, Romero Vásconez Karen Anahi, portador(a) de la cédula de identidad N°, 1724821838, declaro que el trabajo aquí descrito es de mi autoría, que no ha sido previamente presentado para ningún grado o calificación profesional; y, que he consultado las referencias bibliográficas que se incluyen en ese documento.

La Universidad UTE puede hacer uso de los derechos correspondientes a este trabajo, según lo establecido por la Ley de Propiedad Intelectual, por su Reglamento y por la normativa institucional vigente.

f: _____



ROMERO VÁSCONEZ KAREN ANAHI

1724821838

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico a mi Dios por la salud y vida, porque nunca me sucedió nada malo y me ayudó a conseguir mi meta que es el culminar mi profesión. Él fue testigo de cómo me esforcé todos estos años y finalmente lo logré. Todos los días le tuve presente y me siento tan orgullosa porque todo lo que le prometí, hasta ahora lo he cumplido y lo seguiré haciendo.

Segundo dedico a mis padres, Oswaldo Romero y Anita Vásconez, sé lo duro que fue para ellos el ayudarme a terminar mi carrera. Todo este esfuerzo de años es para ustedes porque quiero que se sientan orgullosos de mí; ustedes me han dado lo mejor y sé que el sueño suyo es que sea una gran profesional y cumpla mis sueños, los amo papi y mami con todo mi corazón.

Tercero dedico a mis hermanos Anghelo, Jean Pool y Sebastián quienes han sido mi motor para nunca rendirme y yo ser el ejemplo para ellos. Ustedes saben lo difícil que fue para mis padres darnos los estudios y ahora que soy la primera en alcanzar esta meta, quiero que ustedes también lo logren. Los amo mis pequeños y recuerden que todo esfuerzo tiene su recompensa.

Finalmente, dedico a mi pareja, amigos y amigas quienes tantos años pasaron conmigo y me ayudaron mucho en esta etapa universitaria, ustedes han sido las personas con las que he pasado momentos de risas, enojos y tristezas. Gracias por estar conmigo y valoro su cariño hacia mí.

AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios por permitirme acabar mi profesión y por permitir que mi familia esté presente conmigo, viviendo estos momentos inolvidables.

Agradezco a mis padres, hermanos, abuelita, tíos y primas por apoyarme y siempre estar a mi lado mientras trabaja y realizada mi proyecto para obtener mi título profesional.

Agradezco a mi amiga Melissa y Mary junto con ellas nació esta idea de hacer turismo con niños, ustedes me permitieron continuar con este proyecto y ver si en un futuro logramos cumplir esta gran idea planteada.

Agradezco a Dennis mi complemento, mi apoyo incondicional para nunca rendirme, quien supo estar en todo momento conmigo. Él, quien me dio ánimos y fuerzas para no deprimirme y luchar por alcanzar mi título; gracias por admirarme tanto durante todos estos años.

Agradezco a mi tutor por la paciencia y dedicación por ayudarme a culminar este gran trabajo y me dio muchas facilidades para presentar poco a poco mi proyecto e incluso supo darme tiempo para responder cualquier duda que tenía.

Agradezco a mis maestros de la universidad en especial a los que llegue a estimar mucho, como: el profesor Walter Ocaña, Marcow Rodríguez, Edgar Rivera, Marquito Espinoza, Jonathan Cruz y Pepito Velasco, grandes maestros quienes me ayudaron en todo momento, de verdad los admiro.

Finalmente, agradezco a la escuela y colegio Ludoteca, mi hermoso y prestigioso lugar donde culmine mi primaria y secundaria. Esta institución me ayudó a la realización de encuestas a los padres de familia.

ÍNDICE

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS CON NIÑOS Y NIÑAS DE 8 A 12 AÑOS, EN LA CIUDAD DE QUITO.....	14
INTRODUCCIÓN	14
i. ANTECEDENTES DEL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN.....	14
ii. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	16
iii. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	16
iv. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	17
a. Pregunta General:.....	17
b. Preguntas Específicas:.....	17
v. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN.....	17
a. Objetivo General:.....	17
b. Objetivos Específicos:.....	17
vi. JUSTIFICACIÓN.....	18
vii. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN	18
a. Tipo de Investigación	18
b. Enfoque de la investigación	19
c. Técnicas de Investigación.....	20
CAPITULO 1	21
1. MARCO REFERENCIAL	21
1.1 Marco Teórico Referencia (Bases Teóricas).....	21
1.2 Marco Legal.....	24
1.3 Marco Institucional.....	27
1.4 Marco Conceptual.....	28
CAPITULO 2	31
2. ESTUDIO DE MERCADO.....	31
2.1 Objetivos.....	31
2.2 Análisis y determinación de la oferta y la demanda	31
2.2.1 Oferta.....	31
2.2.2 Demanda.....	37
2.2.2.1 Proyección de la demanda	49
2.3 La comercialización del producto o servicio	51

	11
2.4 Proveedores	52
2.5 Conclusiones	53
CAPÍTULO 3	55
3. Diseño	55
3.1 Estudio Técnico	60
3.1.1 Localización del proyecto	60
3.1.2 Cuantificación de la inversión	61
3.1.3 Cuantificación del costo de las operaciones	62
3.1.4 Cálculo de la mano de obra por especialización y asignación de la remuneración.	62
3.1.5 Costos de mantenimiento.....	63
3.1.6 Flujogramas de los procesos de producción.....	63
3.2 Estudio organizacional, legal y ambiental	65
3.2.1 Aspecto organizacional	65
2.2.1.1 Organigramas estructural y funcional	65
3.2.1.2 Mecanismos de comunicación interna.....	68
3.2.2 Aspectos legales	69
2.2.2.1 Relaciones contractuales.....	69
3.2.2.2 Aspectos tributarios según el tipo de organización.	70
3.2.2.3 Requisitos, Permisos y patentes.	70
3.2.3 Aspectos ambientales.....	73
3.2.3.1 Matriz de mitigación de impactos ambientales (probabilidad, impacto)	73
3.3 Estudio financiero	74
3.3.1 Resumen de inversiones, costos e ingresos.....	74
3.3.2 Determinación del capital de trabajo	75
3.3.3 Determinación de la tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR	75
3.3.4 Calendario de inversiones.....	76
3.3.5 Depreciaciones y amortizaciones	77
3.3.6. Flujo de efectivo neto.....	78
3.3.7 Cálculo de criterios de evaluación:	79
Tasa interna de retorno (TIR)	79
Valor Actual Neto (VAN).....	80
Relación Beneficio/Costo (B/C).....	80
Período de recuperación de la inversión PRI.	81

3.3.8 Estados financieros proyectados.....	81
3.3.9 Punto de equilibrio.....	82
3.3.10 Análisis de sensibilidad.....	84
Conclusiones del estudio financiero.....	85
Conclusiones Generales.....	86
Recomendaciones.....	88
REFERENCIAS.....	89

Tabla de contenido: Ilustraciones

Ilustración 1 Perfil del Usuario.....	39
Ilustración 2 Balance Inicial.....	82

Tabla de contenido: Tablas

Tabla 1 Ventas de la empresa Club Kiwanis Granada Meta.....	49
Tabla 2 Método de mínimos cuadrados.....	50
Tabla 3 Proyección para la empresa Granada Meta.....	50
Tabla 4 Ventas proyectadas de la empresa.....	51
Tabla 5 Método cuantitativo por puntos.....	60
Tabla 6 Matriz Ambiental.....	73
Tabla 7 Cédula presupuestaria resumen de inversiones, ingresos y gastos para el año 1.....	74
Tabla 8 Cálculo del Capital de Trabajo.....	75
Tabla 9 Cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.....	76
Tabla 10 Cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento.....	76
Tabla 11 Depreciaciones.....	77
Tabla 12 Financiamiento.....	78
Tabla 13 Amortizaciones de préstamo.....	78
Tabla 14 Flujo de Efectivo Neto.....	79
Tabla 15 Beneficio/costo.....	80
Tabla 16 Estado de Resultados.....	81
Tabla 17 Costos Fijos y Variables.....	83
Tabla 18 Estado de Resultados.....	84

Tabla de contenido: Figuras

Figura 1 Perdida de las tradiciones culturales	43
Figura 2 Práctica de actividades culturales en días festivos.....	44
Figura 3 Preferencia por un aparato electrónico.....	44
Figura 4 Creación de la empresa turística para niños.....	45
Figura 5 La empresa como solución.....	46
Figura 6 Llevar a los niños a esta empresa.....	46
Figura 7 Valor a pagar.....	47
Figura 8 Conocimiento de alguna empresa similar.....	48
Figura 9 Flujograma.....	64

Tabla de contenido: Anexos

Anexo 1 Equipos y Herramientas	98
Anexo 2 Muebles y Equipos de Oficina	98
Anexo 3 Equipos de Cómputo.....	98
Anexo 4 Vehículo	98
Anexo 5 Gastos de Constitución.....	98
Anexo 6 Creación de la Página Web	98
Anexo 7 Sueldos Administrativos	99
Anexo 8 Honorarios Administrativos	99
Anexo 9 Suministros de Oficina	99
Anexo 10 Servicios Básicos	99
Anexo 11 Internet	99
Anexo 12 Sueldo del Vendedor.....	100
Anexo 13 Publicidad	100
Anexo 14 Comisión Vendedor.....	100
Anexo 15 Honorarios del Web Management	100
Anexo 16 Materia Prima.....	101
Anexo 17 Implementos por presentación	101
Anexo 18 Mano de Obra Directa.....	101
Anexo 19 Gasolina.....	101
Anexo 20 Honorarios Mano de Obra Indirecta	102
Anexo 21 Cálculo de la Mano de Obra por especialización	102
Anexo 22 Depreciaciones Activos Fijos.....	102

TEMA: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE ACTIVIDADES TURÍSTICAS CON NIÑOS Y NIÑAS DE 8 A 12 AÑOS, EN LA CIUDAD DE QUITO.

INTRODUCCIÓN

i. ANTECEDENTES DEL TÍTULO DE INVESTIGACIÓN

La Organización Mundial de Turismo - OMT (como se citó en Amparo Sancho, 2011) resalta que, el turismo es una actividad de viaje que todas las personas de distinta edad lo realizan, donde se ofrece una gama de servicios que se les brinda en su visita por un cierto periodo de tiempo (p.11).

Es importante conocer que existen distintos tipos de turismo en el Ecuador, sin embargo, resalta en este estudio turismo infantil. Para la autora Elizabete Sayuri Kushano, quien realizó una investigación sobre la segmentación del mercado, incluyendo un enfoque sobre el turismo en diferentes edades; menciona, “la infancia como categoría social, en el cual se analizó la importancia del turismo para el niño, así como del público infantil para la actividad turística; y señaló las principales actividades relacionadas con el turismo para niños” (2008, p.105).

Cuando se habla del turismo con niños, se incluye a las actividades de recreación y ocio orientadas a este segmento. Muneé (1992), afirma que el ocio en los niños se considera algo más serio, es decir, es un trabajo donde se piensa que todo lo que los niños hacen es juego; el ocio no aleja al trabajo y se pueden complementar. En cuanto a la recreación Samuel (como se citó en Waichman, 2009) define, como una sociedad en el cual las personas se interesan en tener distracción y ocupar su tiempo de manera satisfactoria (p.05).

Por otro lado, las agencias de viajes dedicadas a la venta y promoción de paquetes turísticos, son los que han continuado ofertando y vendiendo los mismos programas hasta ahora. Huerta (2008) menciona, “en la actualidad con la demanda de servicios turísticos de distinta naturaleza, se observa la existencia de distintos nichos de mercado, que se han dejado fuera y que pueden ser aprovechados, tal es el caso del turismo infantil” (p.03). Las empresas dedicadas a eventos infantiles donde promocionan juegos, espectáculos, bailes, comida entre otros, no rescatan actividades culturales del país.

Ahora bien, el presente trabajo analizará si los niños tienen sitios y motivaciones culturales para realizar turismo en la ciudad, recordando que Quito es considerado Patrimonio Cultural de la Humanidad, declarado en el año 1978 por la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura por la UNESCO (Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, 2017).

Actualmente, es notorio que las empresas turísticas no tienen un interés en crear paquetes exclusivamente para niños y de igual forma, los niños no tienen un apego a visitar sitios culturales y naturales para entretenerse, la tecnología ha sido su medio de distracción y entretenimiento en sus tiempos libres y eso se puede evidenciar a simple vista. Así lo manifiesta Marco Espinoza experto en operación turística:

El turismo infantil como tal no existe, no hay una definición del turismo infantil, pero si hay actividades que lo pueden identificar como tal. Las agencias de viajes en el Ecuador no tienen un paquete exclusivo del turismo infantil, lo crean de acuerdo a sus necesidades, es decir, si un padre de familia es representante de una escuela y va a una agencia de viajes operadora para que realice un paquete, la agencia lo va hacer, pero se lo acondicionan o se lo acomodan de acuerdo de las necesidades, como el número de días, atractivos etc. Mas no porque exista un paquete exclusivo de diversión para pequeños (Comunicación personal 01, 23 de mayo de 2018).

Algo muy importante que se puede acotar e inclusive sería un motivo por el cual los niños no se interesen en salir y conocer sitios turísticos es por el avance tecnológico, lo que conlleva al niño a quedarse únicamente en casa y distraerse con un aparato electrónico. SIISE (como se citó el Ministerio de Salud Pública del Ecuador Coordinación Nacional de Nutrición, 2011) publica que:

“La tecnología avanzada y la urbanización han creado un «entorno obesógeno», cuyos patrones de trabajo, transporte y recreación propician que las personas lleven una vida menos activa y más sedentaria. Resulta de conocimiento público que en las áreas urbanas del Ecuador hasta el 97% de hogares disponen de un aparato de televisión y que los niños y niñas son los principales usuarios de los programas televisivos” (p.15).

Es a partir de esta reflexión, que se ejecutará un estudio de factibilidad para la Implementación de actividades turísticas con niños de 8 de 12 años, en la ciudad de Quito, ya que este lugar posee una alta demanda y sitios turísticos donde las agencias de viajes podrían beneficiarse económicamente y hacer que

los niños tengan interés en conocer, visitar y realizar actividades culturales para su entretenimiento.

ii. PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

En el Distrito Metropolitano de Quito no existen paquetes turísticos en las agencias de viaje específicos para los niños (Comunicación personal 01, 23 de mayo de 2018). En cuanto a este problema se evidencia una limitada o nula dedicación para hacer estudios de mercado sobre el turismo infantil y en donde los niños no están recibiendo una motivación para visitar sitios turísticos en la ciudad de Quito.

iii. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Distrito Metropolitano de Quito “ofrece una amplia gama de atracciones y actividades únicas en el mundo, desde aventuras (...) hasta románticos paseos por sus calles coloniales” (Quito Turismo, 2014). Estas actividades se promocionan a través de agencias de viajes, que van dirigidas a todo tipo de clientes, sin embargo, como se manifestó “no existe paquetes turísticos recreativos específicamente para niños (Comunicación personal 01, 23 de mayo de 2018). Todo esto a causa del poco interés en la creación de programas turísticos infantiles por las empresas. Otro factor es “la falta de estudios para la elaboración de paquetes turísticos (Comunicación personal 01, 23 de mayo de 2018) y, por último, “La falta de profesionales turísticos enfocados al área infantil” (Méndez, 1997).

Es común darse cuenta que en las agencias de viajes “existen paquetes similares, destinados a cualquier tipo de turista sin enfoque de edades” (Comunicación personal 1, 23 de mayo de 2018). Lo que quiere decir que hay una limitada innovación en las ideas turísticas para llevar a cabo actividades lúdicas con niños, por ejemplo. Los niños están perdiendo el interés por salir y distraerse fuera de su hogar y únicamente utilizan objetos tecnológicos para su entretenimiento (Segura, 2014).

Con lo anteriormente expuesto, se desea realizar un estudio de factibilidad para la implementación de actividades de ocio y recreativas con niños, analizando la oferta y la demanda través de un diagnostico cualitativo y cuantitativo, validando resultados que permitan verificar, si se puede comenzar o no, con este segmento de mercado turismo en la ciudad de Quito.

iv. FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.

a. Pregunta General:

¿Cuál es la factibilidad para la implementación de actividades turísticas con niños y niñas de 8 a 12 años, en la ciudad de Quito?

b. Preguntas Específicas:

1. ¿Cuáles es el diagnostico de las actividades turísticas infantiles en la ciudad Quito?
2. ¿Cómo se encuentra estructurado el estudio de mercado del turismo con niños en la ciudad de Quito?
3. ¿Qué mecanismos permitirían fomentar el turismo infantil en la ciudad de Quito?

v. OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

a. Objetivo General:

Realizar un estudio de factibilidad para la implementación de actividades turísticas con niños de 8 a 12 años, en la ciudad de Quito.

b. Objetivos Específicos:

- ✓ Realizar el diagnóstico de las actividades turísticas infantiles en la ciudad de Quito.
- ✓ Identificar la estructura del estudio del mercado del turismo con niños en la ciudad de Quito.
- ✓ Determinar los mecanismos que permitirán fomentar el turismo infantil en la ciudad de Quito.

vi. JUSTIFICACIÓN

El trabajo muestra el interés de analizar el mercado del turismo infantil en la ciudad de Quito, pues en la actualidad los niños y las niñas han perdido interés en visitar, conocer e informarse de las costumbres y tradiciones de su ciudad, debido por un lado, ya que la tecnología ha evolucionado y ahora es el entretenimiento principal en ellos y por otro lado, la desvinculación que existe entre los sitios, lugares, costumbres y tradiciones de su ciudad, las cuales además se han venido perdiendo y que incluso los menores desconocen de su herencia cultural.

La mayoría tienen un desinterés por ir a visitar un museo o un área natural para su diversión y aprendizaje, es por ello que, esta tipología turística surge como un nuevo nicho de mercado para que las empresas turísticas se enfoquen en la promoción de visitas turísticas en la ciudad de Quito, fomentando la recreación y entretenimiento de los más pequeños.

Por último, esto producirá un beneficio económico más, para las empresas turísticas, los lugares de visita, diversificando la cadena de valor del turismo, permitiendo a su vez, convertir a Quito en una ciudad más enriquecedora y atractiva para los niños y las niñas. Pero más allá de todo esto, el beneficiario directo serían los niños quienes tendrían una mejora calidad de vida e inclusive se esperaría en un futuro el apoyo de varias instituciones públicas como: la Alcaldía, Ministerios o el Gad provincial en el cual brinden soporte para mantener este tipo de turismo junto con el cuidado y protección para ellos.

vii. METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

a. Tipo de Investigación

Para el presente trabajo, el tipo de investigación a utilizarse como primera fase será la investigación exploratoria, para el autor Sampieri, Fernández & Baptista (2010) es aquella que; “se realiza cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado, del cual se tienen muchas dudas o no se ha abordado antes” (p. 85). Este tipo de investigación se aplicará para la búsqueda de información sobre el tema de recreación en términos generales, la recreación exclusivamente en niños e identificar empresas turísticas que estas enfocadas al turismo con niños.

Como segunda fase se aplicará la investigación descriptiva, según Malhotra (2008) es un “tipo de investigación concluyente que tiene como principal objetivo la descripción de algo, por lo regular las características o funciones del mercado” (p.82). Esta se aplicará en el proceso de levantamiento de la oferta y la demanda sobre turismo para niños en la ciudad de Quito.

b. Enfoque de la investigación

En la investigación se ha definido como un enfoque de investigación mixto, en donde se utilizará, por un lado, un enfoque cualitativo. El enfoque cualitativo para Sampieri (2010), se “utiliza [en] la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (p. 07). Este enfoque se aplicará en la realización de entrevistas a profesionales dedicados al ámbito turístico que conocen y operan en empresas como: agencias de viajes.

Por otro lado, se manejará el enfoque cuantitativo, según Malhotra (2008) es una “Metodología de investigación que busca cuantificar los datos y que, por lo general, aplica algún tipo de análisis estadístico” (p.143). Este enfoque aplicará para la realización de encuestas; especialmente a los padres de familia, quienes aportarán información sobre el tema.

Método de Investigación.

A continuación, se presenta 3 métodos considerados en la investigación.

1. **Método deductivo:** Para el autor Torres (2003), explica que el método deductivo es “un método de razonamiento que consiste en tomar conclusiones generales para explicaciones particulares (...) inicia con el análisis de postulados, teoremas, leyes, principios entre otros de aplicación universal y de comprobada validez para aplicarlos a soluciones o hechos articulares” (p.56). En esta investigación se deducirá si es factible o no implementación de actividades turísticas con niños en la ciudad de Quito.
2. **Método analítico:** De igual forma se manejará este método analítico que “consiste en descomponer un objeto de estudio separando cada una de las partes del todo para estudiarlas de forma individual” (Torres, 2003,

p.56). A través de esto se analizará la oferta y la demanda para la aplicación del turismo con niños.

3. **Método sintético:** Por último, la investigación se guiará por el método sintético donde radica en “integrar los componentes dispersos de un objeto de estudio para estudiarlos en su totalidad” (Torres, 2003, p.56). El cual permitirá tomar en cuenta las actividades de recreación y ocio para niños con relación al mercado turístico de Quito.

c. Técnicas de Investigación.

- **Fuentes Secundarias:** Esta técnica según Urquía (2014), argumenta como fuentes que “contienen información primaria sintetizada y reorganizada (...) se la utiliza para confirmar los hallazgos, ampliar el contenido de la información de la fuente primaria y planificar los estudios” (p.127). Por ejemplo, fichas bibliográficas. Para la investigación se utilizará fichas bibliográficas rigiéndose en libros, artículos o documentos técnicos que contengan información detallada acerca de las actividades de recreación y ocio en niños, para de esta manera obtener información sobre el manejo turístico en las empresas.
- **Fuentes Primarias:** Estas fuentes “contienen información original, que ha sido publicada por primera vez y que no ha sido filtrada, interpretada o evaluada por nadie más” (Urquía, 2014, p.127). Por tal razón para el desarrollo de este estudio, se elaborará encuestas. Sanz (2010) define a la encuesta como, “una técnica de investigación cuantitativa (...) el encuestado se pone en contacto con el encuestado con el fin de obtener información ya sea escrita o verbal” (p.82). A este estudio se aplicará encuestas a los padres de familia que se encuentran localizados en Quito. Por otro lado, se hará entrevistas, “Una entrevista es un procedimiento en el que el entrevistador (...) realiza un conjunto de preguntas a un sujeto (...) orientado hacia la obtención de información más o menos detallada sobre un tema” (Navas, et al., 2012). Se plasmará estas entrevistas a profesionales que estén laborando en empresas turísticas como agencias de viajes.

CAPITULO 1

1. MARCO REFERENCIAL

1.1 Marco Teórico Referencia (Bases Teóricas).

En este proyecto se hace referencia al manejo del turismo con niños y niñas en la ciudad de Quito, iniciando con un importante análisis de términos, términos como recreación y ocio que son fundamentales para el surgimiento y manejo del turismo infantil,

Ocio y recreación

El concepto de turismo publicada en el año de 1994 según la Organización Mundial de Turismo (como se citó en Orduna & Urpí, 2010), menciona que “el turismo comprende las actividades que hacen las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos” (p.02).

Por su parte, Chacón (2003) señala de forma clara y precisa que “el turismo es cualquier viaje a otra parte para recreación o diversión” (p.64). Es así como se aprecia el desarrollo de actividades turísticas relacionadas con el entretenimiento, pero para esto, los turistas cuentan con motivaciones de viaje. Orduna y Urpí (2010), afirman que la motivación del turismo nace del querer disfrutar y tener experiencias de ocio, conjuntamente a esto se incluye la parte educativa.

Por otro lado, el tiempo libre es clave en este tema ya que todo turista o viajero dedican un tiempo para hacer actividades turísticas. Según los autores Gómez, Mondéjar, & Sevilla (2005), “el tiempo libre es algo positivo en donde para el turista hay un crecimiento en valores cuantitativos como es el tener vacaciones pagadas, menos semanas de labor, reducción de horas entre otros” (p.96). Lo que quiere decir que durante este tiempo libre las personas buscan un entretenimiento y ocio en distintos lugares o atractivos donde cumplan sus motivaciones.

En la sociedad contemporánea la recreación y el ocio son fenómenos muy peculiares. Según Reverte & Monetro (2011) comenta que:

El ocio tiene distintas relaciones con la vida cotidiana como es la educación, la familia, la vida laboral y la calidad de vida y donde participan un gran número de empresas turísticas como son los hoteles, los centros comerciales, parques temáticos, centros deportivos, espectáculos, centros terapéuticos entre otros (p.01).

En cuanto al recreacionismo Waichman (2009), considera “la recreación como una sumatoria de actividades cuyo único fin es divertirse, lograr una forma de compensación del cansancio y aburrimiento producido por las tareas cotidianas” (p.02).

De tal manera que el ocio y la recreación forman parte de la renovación de fuerzas físicas y espirituales, donde las personas ejercen recreación tienen un placer y disfrutan de las actividades que quieren realizar para su entretenimiento, a diferencia de lo que diariamente hacen como es el trabajo, donde se genera un entorno de aburrimiento y cansancio porque es una acción que diariamente se realiza (Wichman, 2009). Asumiendo que el turismo engloba un mundo lleno de actividades, que pueden ser aprovechada por las personas para su entretenimiento. El turismo es una actividad renovadora donde recrea el espíritu y genera ánimos en los turistas (Quesada, 2006). De acuerdo a estos autores considero que, el turismo puede servir como pilar para brindar diversión, entretenimiento y aprendizaje en los niños, provocando un alto interés en ellos para conservar y visitar varios lugares culturales y naturales del Ecuador.

Ocio y recreación para niños

Los niños y niñas son parte del turismo partiendo de sus motivaciones e intereses que tienen por conocer o visitar un lugar, un atractivo o un destino.

Conforme lo expone el autor Cuenca (como se cita Masia & Plaza, 2011) al referirse sobre ocio; “es un modo de ser y percibir un estado mental o, si se prefiere, un ámbito de la experiencia humana determinado por la actitud con la que se lleva a cabo una acción a través del cual aparecen nuevos sentidos, usos y vivencias propias características del actual milenio” (p.06). Lo que da a entender que en la actualidad los niños tienen intereses nuevos y tienen una mentalidad más amplia por el surgimiento del desarrollo tecnológico. El ocio y la

recreación en los niños y niñas tienden a ser más significativo; como se lo verá en las siguientes opiniones de varios autores.

Estivill (2015), por su parte menciona que - se deben aprovechar su tiempo libre en actividades lúdicas, recreativas y comunicativas que ayuden al desarrollo de su personalidad, que ayuden a la imaginación, valores y recursos para ellos.

Una vez analizada anteriormente el término recreación, ahora se alude un concepto más amplio; relacionando la recreación, el turismo y la niñez. Gregorio (2008) afirma que:

La recreación en la niñez como la actividad o conjunto de actividades individuales o colectivas, planificadas o espontáneas, positivas, realizadas por los niños en edad escolar, en forma voluntaria y necesariamente durante su tiempo libre, cuya idea o finalidad es la de proporcionar distracción, descanso, diversión y creación; permitiendo el crecimiento integral del niño, estimulando su desarrollo biopsicosocial y espiritual, ya sea por la inmediata satisfacción o placer que ellas les ofrezcan o porque mediante ellas el niño puede obtener beneficios que ayuden a su mejor calidad de vida y la de su comunidad (p.37).

Cuando se habla de recreación y ocio en niños directamente se indica al juego. En una investigación sobre “evaluación de la percepción de calidad de vida en la infancia del país de España y Argentina”, identificaron que en la parte de ocio y actividades recreativas existe el juego, los deportes, la actividad física, televisión, videos. Todo esto realizado de forma individual o en grupo, considerando que los niños tienen un mayor apego de alrededor del 60% con las actividades de ocio y recreación (Verduga y Sabeh, 2002).

La recreación y ocio en los niños tiende hacer su principal objetivo, ya que buscan formas y maneras de distraerse. “Disfrute del tiempo de ocio con niños y jóvenes pues tienen menos obligaciones que los adultos y, en consecuencia, cuentan con mayor tiempo disponible” (Capdevila, 2008). Los niños tienen más tiempo para buscar maneras de entretenerse, en salir y conocer distintos sitios. Al momento de salir de sus hogares ya están buscando maneras de divertirse y lo que más desean conseguir, son lugares que les permitan a ellos sentirse cómodos, felices y seguros.

1.2 Marco Legal

El presente trabajo se sustenta en las siguientes normas nacionales e internacionales como se muestra a continuación:

Convención sobre los derechos de los niños por el Fondo de las Naciones Unidas para la infancia (UNICEF).

En este tratado internacional se toma en cuenta el artículo número 31 que habla sobre el esparcimiento, juego y actividades culturales detallando que; “el niño tiene derecho al esparcimiento, al juego y a participar en las actividades artísticas y culturales” (El Fondo de las Naciones Unidas para la infancia, 2006). En tal virtud, los estados deben cumplir con el derecho que tienen los niños y niñas en tomar un descanso y realizar actividades de juego para su entretenimiento, que sean propias a su edad y que formen parte de actividades artísticas y culturales.

En el 2010 el Ecuador firma el programa de cooperación con la UNICEF con la finalidad de hacer cumplir los derechos de los niños, además tome en cuenta a la educación, salud, protección y generación de políticas para los niños como prioridades (Naciones Unidas Ecuador, 2019).

Constitución de la República del Ecuador 2008

El Capítulo segundo, sección cuarta, cultura y ciencia en el artículo 34, “Las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre” (Registro Oficial N°449, 2008). De tal forma que las personas pueden realizar actividades para su entretenimiento de forma adecuada y de manera responsable.

En el Capítulo tercero, derechos de las personas y grupos de atención prioritaria artículo 35, indica que “se dará atención prioritaria y especializada en los ámbitos públicos y privados a los niños y niñas” (Registro Oficial N°449, 2008). Con la finalidad de hacer cumplir sus derechos y brindarles seguridad por parte del Estado.

También se consideró en el capítulo tercero, sección quinta, niñas, niños y adolescentes artículo número 44 donde se desarrollará la integración de niños,

niñas y adolescentes por parte del Estado, la sociedad y la familia que aseguraran el cumplimiento de sus derechos (Registro Oficial N°449, 2008).

Código de la Niñez y Adolescencia

Se basará en el Código de la Niñez y Adolescencia, rigiéndose al derecho a la recreación y al descanso, artículo número 48, que fomentará a la participación de actividades recreativas de forma segura, de tal manera que existan áreas deportivas, recreativas, artísticas y culturales que sirvan para el desarrollo integral en los niños y niñas (Registro Oficial N°737, 2003).

Ley de Turismo

En la Ley de Turismo se tomó como base dos artículos fundamentales que sirven como base normativa para el tema a investigar. Es importante conocer que el sector turístico tiene objetivos que cumplir para hacer del turismo un turismo responsable.

Si se quiere tratar el tema de turismo en niños, entonces es fundamental que los niños sean parte del cumplimiento de estos objetivos planteados por la ley, y a su vez, las actividades turísticas incluyan a niños para que se fomenten un turismo seguro en ellos.

Según la ley de turismo, artículo número 4 señala la política estatal con relación al sector del turismo detallando los objetivos que se debe cumplir según la normativa. Aquí se mencionará los objetivos primordiales que la presente investigación se basará.

- “Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo” (Registro Oficial N°733, 2002).
- “Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación” (Registro Oficial N°733, 2002).
- “La protección al turista y fomentando la conciencia turística” (Registro Oficial N°733, 2002).

- “Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado” (Registro Oficial N°733, 2002).
- “Fomentar e incentivar el turismo interno” (Registro Oficial N°733, 2002).

Por otro lado, la ley de turismo en el artículo número 5, expone que las personas naturales o jurídicas podrán desarrollar las actividades turísticas remuneradas (Registro Oficial N°733, 2002). A partir de lo cual el desarrollo de actividades turísticas y recreativas orientadas hacia las y los niños, deberán ser entonces de carácter privado, además de garantizar sus derechos.

Las actividades turísticas como “alojamiento, servicio de alimentos y bebidas, transportación, operación, la de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones” (Registro Oficial N°733, 2002).

Reglamento General a la ley de Turismo

En el reglamento capítulo I, actividades turísticas y su categorización, artículo 43 la intermediación es “ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios” (Registro Oficial N°244, 2015). Basado en este artículo, la creación de esta empresa desea únicamente contar con profesionales en el área turística con el fin de desarrollar ideas innovadoras entre el turismo y los niños de la ciudad.

Reglamento de Operación e Intermediación Turística

La investigación tomará como última base legal al presente reglamento manifestando en el capítulo primero, de la intermediación y operación, artículo 13 que la intermediación “es aquella gestión comercial de mediación, organización y venta de servicios turísticos efectuada entre el consumidor final y los proveedores de los servicios turísticos, comercializados de forma individual o en paquetes turísticos” (Registro Oficial N°783, 2016). Considerando que esta

gestión comercial tiene normativas que cumplir y obligaciones en el ámbito turístico.

A su vez, se tomará en cuenta el artículo número 14 que identifica a la operación como una organización a la realización de viajes y visitas turísticas de forma directa en el Ecuador incluyendo servicios turísticos para su desarrollo (Registro Oficial N°783, 2016).

Y por último en la ejecución de las actividades de operación e intermediación turística, artículo número 15 donde “se reconoce la siguiente clasificación de agencias de servicios turísticos como: Agencia de viajes mayorista, agencia de viajes internacional, operador turístico y agencia de viajes dual” (Registro Oficial N°783, 2016).

En tal virtud, la operación turística en este caso orientada al mercado infantil, solo podrá ser desarrollada por agencias de viajes quienes puedan realizar paquetes turísticos exclusivos y enfocados a niños, donde incluya actividades de ocio y recreación y se fomente el aprendizaje cultural a través visitas a los sitios patrimoniales de la ciudad.

1.3 Marco Institucional

Organización de Mundial del Turismo (OMT) Código Ético Mundial para el Turismo

El proyecto tomará como base institucional al Código Ético Mundial para el turismo, el cual fue promulgado por la Organización Mundial de Turismo en el año 2001, el cual señala que los actores del ámbito turístico deben orientarse, con el objetivo de evitar posibles acciones negativas que se puede producir en el medio ambiente, como también en el patrimonio cultural y en las sociedades existentes en el mundo.

Como principio fundamental se tomó al artículo 2, “el turismo, instrumento de desarrollo personal y colectivo” (Organización Mundial de Turismo, 2001, p.4). Haciendo referencia al literal 1, “el turismo, que es una actividad generalmente asociada al descanso, a la diversión, al deporte y al acceso a la cultura y a la naturaleza, debe concebirse y practicarse como un medio privilegiado de

desarrollo individual y colectivo” (Organización Mundial de Turismo, 2001, p.4). Por otro lado, se toma como referencia al literal 2 que resalta lo siguiente:

Las actividades turísticas respetarán la igualdad de hombres y mujeres. Asimismo, se encaminarán a promover los derechos humanos y, en particular, los derechos específicos de los grupos de población más vulnerables, especialmente los niños, las personas mayores y minusválidas, las minorías étnicas y los pueblos autóctonos” (Organización Mundial de Turismo, 2001, p.4).

Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021.

Para la ejecución de este modelo de negocio se considerará el objetivo 1, con el fin de “Garantiza una vida digna con iguales oportunidades para todas las personas” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p.53). Junto con su política 1.4 que expone: “garantizar el desarrollo infantil integral para estimular las capacidades de los niños y niñas, considerando los contextos territoriales, la interculturalidad, el género y las discapacidades” (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2017, p.58).

A partir de la información analizada respecto al marco institucional, es importante mencionar que la presente investigación se rige en instituciones que toman en cuenta al turismo y a los niños, haciendo presente el cumplimiento de sus derechos y sus obligaciones.

1.4 Marco Conceptual

- **Atractivos turísticos:** “Son el conjunto de elementos que se pueden transformar en productos turísticos, en el cual puede tener la capacidad de influir sobre la decisión del visitante, motivando al visitante o flujo turístico, hacia un destino turístico” (Guerrero & Ramos, 2014, p.81).
- **Demanda turística:** “Se inclinan por utilizar la demanda como criterio de demarcación de las actividades turísticas, de forma que reconoce como tales todo aquello que las personas que hacen turismo demandan en función de esta finalidad. (...) Incluyendo actividades culturales, deportivas y de ocio en general y otros servicios públicos y privados que los turistas consumen durante su estadía en lugares diferentes al de su

residencia, habitualmente de forma compartida con los habitantes de esa zona” (Torres et al., 2006, p.26).

- **Empresas turísticas** “Es una unidad económica bien estructurada y muy especializada o relacionada, con el ámbito del viaje o el turismo, creada para operar (...) para obtener utilidades y beneficios de la producción y comercialización de bienes y servicios” (Guerrero & Ramos, 2014, p.101).
- **Entretenimiento:** “Acción de entretener, distraerse o pasar tiempo, impidiendo hacer algo” (Guerrero & Ramos, 2014, p.40).
- **Facilidades:** “Es el conjunto de bienes y servicios que hacen posible la actividad turística. se refiere a la instalación donde los visitantes pueden satisfacer sus necesidades y recibir servicios complementarios para la práctica de turismo, haciendo de la estadía una experiencia placentera” (Villacis, 2013, p.16).
- **Gasto turístico:** “Hace referencia a la suma pagada por la adquisición de bienes y servicios de consumo, y de objetos valiosos, para uso propio o para regalar, durante los *viajes turísticos* y para los mismos” (Organización Mundial del Turismo, 2013, p.19).
- **Motivación:** “Son de crucial importancia y contribuyen a los procesos de toma de decisiones. Las motivaciones para viajar están relacionadas con sus experiencias, necesidades y deseos. lo cual, alternativamente, refleja la personalidad del turista y sus perfiles socioeconómicos” (Villacis, 2013, p.22).
- **Necesidades:** “La necesidad de un individuo es una condición interna resultado de algo, lo cual, si se presenta, tiende a mejorar el bienestar de ese individuo. Las necesidades pueden ser emocionales, espirituales o físicas. En forma colectiva, son determinantes de la motivación del turista. La necesidad de cambio de un individuo, nuevas experiencias, aventuras y apreciación estética se puede satisfacer con el viaje y la actividad turística” (Villacis, 2013, p.23).
- **Oferta turística:** “Es el conjunto de bienes y servicios de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser consumidos o usados por los turistas” (Suarez, 2015, p.31).

- **Paquetes turísticos:** “Conjunto de servicios turísticos ofertados o proyectados a solicitud del cliente, ambos a un precio global preestablecido normalmente, transporte, alojamiento con o sin comidas” (Gallego & Melendo, 2009, p.615).
- **Producto turístico:** “Combinación de prestaciones y elementos tangibles o intangibles que ofrecen unos beneficios al cliente como respuesta a determinadas expectativas y motivaciones, es el resultado de la combinación de los elementos anteriores” (Suarez, 2015, p.39).
- **Recurso:** “Es el sitio acontecimiento que tiene características propias y mueve corrientes turísticas pero que no están posicionados en el mercado” (Villacis, 2013, p.15).
- **Sitios de recreación:** “Todos los lugares en el que el pasajero se entretiene incluyendo museos temáticos, complejos turísticos, museos interactivos, viveros, criaderos, herbarios” (Villacis, 2013, p.16).
- **Tiempo de Ocio:** “Refiere al tiempo libre que la demanda tiene de forma positiva y permanente formando parte del aumento de valores cuantitativos globales de turistas como cuando existe el derecho a las vacaciones pagadas, menos semanas de labor en el año, reducción de horas de trabajo entre otros” (Gómez, Mondéjar, & Sevilla, 2005, p.96).
- **Turismo:** “Es una actividad protagonista en la actualidad, debido a que es multidisciplinaria, pues engloba una serie de espacios que son importantes en el desarrollo de cualquier nación, porque aporta y recibe una constante variedad de fuerzas sociales, culturales, políticas, económicas, tecnológicas y ambientales, estos enfoques están estrechamente relacionados entre ellos” (Guerrero & Ramos, 2014, p.48).
- **Turista:** “Es la persona que viaja temporalmente a un país o región para regresar luego a su lugar de residencia habitual y pernocta por lo me os una noche” (Gallego & Melendo, 2009 p.802).
- **Visitante:** “Es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados” (Organización Mundial del Turismo, 2013, p.19).

CAPITULO 2

2. ESTUDIO DE MERCADO

2.1 Objetivos

- Conocer las empresas que oferten entretenimiento a los niños en la ciudad de Quito.
- Identificar el grado de interés de los padres que deseen llevar a sus hijos a este sitio de recreación.
- Analizar las estrategias de mercadeo que practican las empresas de entretenimiento para niños.

2.2 Análisis y determinación de la oferta y la demanda

2.2.1 Oferta

Identificación de la competencia

Existen varias agencias de viajes que promocionan paquetes turísticos exclusivos para niños y niñas a nivel nacional e internacional, en donde se puede apreciar una gran variedad de paquetes turísticos que cuentan con actividades y servicios. Los productos turísticos que se crean para los niños y niñas, cumplen sus necesidades, fomentando actividades de recreación y ocio. Los padres son los que realizan ciertos gastos turísticos, para que los niños puedan disfrutar y aprovechar de los recursos y atractivos que cada destino posee. Hay en su mayoría empresas internacionales, especialmente ubicadas en España y pocas nacionales.

Empresas Internacionales prestadoras de servicios para niños y niñas

- **Travelkids**

Se lo denomina como el pionero tour operador español ubicado en Barcelona, se especializa en viajes para familias, tomando en cuenta al niño como los protagonistas de los viajes; se puede hacer escapadas cortas y viajes grandes de 10 días como máximo y cuenta con vuelos, traslados, alojamientos, comidas, actividades, itinerario, sorpresas, juegos para la diversión de los niños (Travelkids, 2018).

- **Alventus Viajes**

La agencia está localizada en Sevilla, España, se especializa en viajes diferentes y exclusivos para ciertos turistas; una de ellas es el turismo familia donde se incluye a niños. Sus paquetes fueron analizados y estudiados, contando con facilidades turísticas acorde a las características del usuario que son los niños (Alventus Viajes, 2016).

Sus paquetes son:

Puzzle: Esta es una marca de turismo familiar donde planifican viajes para el verano, invierno o se confeccionan viajes solo con niños. La agencia desea que los niños disfruten, se entretengan y aprendan, enfocándose que en sus vacaciones cumpla un tiempo de ocio, descanso y diversión (Alventus Viajes, 2016).

Drunbum: Esta marca hace viajes en familias en las vacaciones de los niños; los padres e hijos disfrutan de la naturaleza, cultura y la compañía de otras familias (Alventus Viajes, 2016).

- **Bob y Blue**

Empresa localizada en Vigo, España y se encarga de viajes en familia enfocándose en las necesidades y motivaciones de los niños, visitando diferentes países y tomando en cuenta atractivos donde los niños se diviertan como, por ejemplo: Londres, Orlando, Miami. Muestran la oferta turística de cada lugar y a la vez realizan fiestas infantiles y campamentos para niños (Bob y Blue, 2017).

- **OP&Kids**

Una agencia ubicada en Barcelona, España, que se dedica a la “organización, gestión y desarrollo de actividades turísticas y cuyo objetivo es el de cubrir las necesidades de ocio, viajes y tiempo libre” (Op&Kids, 2018). De igual manera toma en cuenta a niños para que se realice viajes los fines de semana en Catalunya (Op&Kids, 2018).

- **Hotel del Jugete**

Es un hotel situado en Alicante, España, donde los niños son los principales clientes, “Un alojamiento divertido y original, donde las familias disfrutan del juego y la diversión rodeados de personajes y juguetes conocidos” (Hotel del juguete, 2018).

Empresas Nacionales prestadoras de servicios para niños y niñas

- **Quito Eterno**

Quito Eterno es una organización cultural educativa, “que trabaja en Cultura a través de metodologías artísticas y pedagógicas con el fin de generar reflexión, empoderamiento y convivencia social en la comunidad (Quito eterno, 2018).

Cada uno de estos programas se pueden revisar en la página web oficial Quito Eterno también a través de la página de Facebook y de varios entes públicos como Secretaria de Cultura y Patrimonio y Quito Turismo (Quito eterno, 2018).

Quito Eterno labora en el Centro Histórico de la ciudad con “rutas de leyenda educativas, de lunes a viernes en el horario de 9h30 y 14:30, estas rutas educativas tienen precios diferenciados ya sea para grupos de colegios particulares o fiscales, cuando son de colegios fiscales tiene un costo de \$3,50 por estudiante y cuando vienen de colegios particulares cuesta \$4,50 por estudiante; En las rutas educativas incluye un personaje de leyenda por cada grupo de 17 estudiantes, un coordinador de logística de Quito Eterno, resguardo de la policía nacional de turismo y se ofrece dulces tradicionales más bebida” (Quito eterno, 2018).

En la calle la ronda se realizan juegos tradicionales y manualidades para las personas que quieran practicarlos, con la finalidad de fomentar el aprendizaje de los mismos; su mercado meta es con niños de educación inicial de 4 a 8 años y de educación básica de 9 a 15 años (Quito Eterno, 2018).

Quito Eterno es una competencia directa con ello se ha podido identificar las ventas anuales de dicha empresa interpretándolo de la siguiente manera: el número máximo de personas en cada ruta es 17 y al día se presume que tengan dos eventos; el valor unitario por persona varía de acuerdo al tipo de instituciones; ya sea fiscales, privadas y universidades; para instituciones fiscales tiene un costo de \$3,50 por persona y para instituciones privadas \$4.50 por persona; por lo tanto, se multiplica el número máximo de personas por el costo unitario y el número de eventos al día, lo que da como resultado el valor diario; al valor diario se le multiplica por el número de días que trabaja Quito Eterno al mes, obteniendo el valor mensual; por último, se procede a multiplicar el valor mensual por 12 meses que tiene el año, dando como resultado el valor anual.

Ahora bien, se va a detallar como se calculó el valor anual de cada institución para al final tener el número total de ventas anuales de Quito Eterno. Para las instituciones fiscales se tiene un número de 17 niños con un valor unitario de 3,50 y asumiendo que Quito Eterno tenga dos eventos al día, lo que da como resultado un total de 119 dólares; a este valor se lo multiplica por 20 días que laboran al mes, dando como valor total de 2,380 dólares; finalmente, para obtener el valor anual se multiplica los 2,380 por 12 meses, resultando un total de 28,560 dólares.

Para las instituciones privadas se tiene un número de 17 niños con un valor unitario de 4,50 y asumiendo que Quito Eterno tenga dos eventos al día, lo que da como resultado un total de 153 dólares; a este valor se lo multiplica por 20 días que laboran al mes, dando como valor total de 3,060 dólares; finalmente, para obtener el valor anual se multiplica los 3,060 por 12 meses, resultando un total de 36,720 dólares.

Una vez detallado el cálculo de las ventas anuales de las instituciones fiscales y privadas, se procede a sumar las dos ventas anuales; 28,560 más 36,720 igual a **65,280** dólares; este sería el valor total de las ventas anuales de Quito Eterno.

Dadas estas explicaciones, se va a proceder a calcular el número de unidades vendidas de la siguiente manera: total de ventas anuales sobre precio unitario. Los precios unitarios que tiene Quito Eterno es de \$3.50 y \$4.50 de

estos dos valores se calcula el promedio de ambos, para tener únicamente un valor unitario que sería 4 dólares. Para terminar, reemplazamos los valores que sería los 65,280 sobre 4 igual a **16,320** anual.

- **Hillary Resort**

El Resort posee 360 hectáreas ubicado en la provincia del El Oro posee servicios y actividades turísticas exclusivo para niños, Se realiza deportes de aventura, y para el entretenimiento de los niños hay un zoológico en el cual los niños pueden pintar huevos de avestruz, conjuntamente a esto se realizan espectáculos de bailes, y el resort cuenta con piscinas y parques diseñados para los niños (Hillary Nature Resort & Spa, 2018).

- **Parque Acuático Planeta Azul**

El Parque Acuático Planeta Azul se encuentra ubicado en Gualaceo, aquí se fomenta la diversión y recreación de los niños y niñas. “Está rodeado de un entorno de silenciosos paisajes, escenarios naturales diversos, un clima primaveral, verdes llanos y fértiles huertos” (Ecuador turístico, 2018). Los niños pueden disfrutar del lugar junto a su familia y de igual manera posee servicios de alimentación y hospedaje.

- **Decameron**

“La Morería Hacienda Temática Steak House Bar & Grill fue pensada y creada cuando Decameron buscó ofrecer una experiencia diferente en Quito, un concepto completo de entretenimiento para chicos y grandes, actividades para niños donde se pone al límite su creatividad como trabajar con plastilina, crear objetos típicos de una granja con elementos de madera, pintar su propia camiseta con animalitos o pueden pintar su carita con su animal favorito, la diversión está garantizada para todos y especialmente para los pequeños del hogar” (Decameron, 2018).

- **Mr. Joy**

Se ha considerado como competencia a la empresa Mr. Joy, en el cual posee sitios de entretenimientos para niños con un alto potencial y muy bien posicionado en el mercado.

Esta empresa se anuncia por redes sociales como Instagram, Facebook y Youtube, además poseen una página web en donde se puede visualizar sus precios, horarios y promociones existentes; Mr joy está ubicado en el Comercial El Bosque y en el Centro Comercial El Recreo (Mrjoy, 2019).

Centro Comercial El Recreo

En el Centro Comercial El Recreo, el Mr joy funciona de domingo a viernes de 10:00 a 20:00 y sábados de 10:00 a 21:00; el precio por niño hasta las 12h00 es de \$2,49 de lunes a jueves y \$4,50 viernes, sábados y domingos. Desde las 12h00 al cierre tiene un costo de \$4,50 por niño de lunes a jueves y los viernes, sábados y domingos tiene un costo de \$5,80. Si desea ingresar un acompañante de lunes a jueves, debe pagar \$1,20 y los viernes, sábados y domingo paga \$1,50; los niños pueden disfrutar de estos juegos en un tiempo de 60 min (Mrjoy, 2019).

Todo niño puede festejar su cumpleaños en Mr. Joy. En el C.C. El Recreo esta empresa ofrece 3 tipos de paquetes:

El primero es el nito fiesta que tiene un valor de \$9,99 por invitado que incluye entrada por 2h30min, invitación Mr.Joy, todos los juegos del centro, hot dog o sanduche + snack y bebida, salón de cumpleaños (45min) y decoración. El segundo es el Mr.Joy Fiesta con un precio de \$11,99 por invitado que incluye lo mismo del primero más presentación del cumpleaños y actividades, globos del Mr.joy y regalo sorpresa para el cumpleaños. El tercer y último paquete es el Super Mr. Joy fiesta, este paquete vale \$13,99 por invitado e incluye los dos anteriores paquetes más caritas pintadas, pases de cortesía de lunes a jueves, regalo para las actividades y postal fotográfica. Cada paquete debe tener un mínimo de 15 invitados por cumpleaños si son dos cumpleaños pueden estar 25 invitados (Mrjoy, 2019).

Centro Comercial El Bosque

En el Centro Comercial El Bosque, el Mr joy funciona de domingo a viernes, el precio por niño hasta las 12h00 es de \$2,49 de lunes a jueves y \$3,99 viernes, sábados y domingos. Desde las 12h00 al cierre tiene un costo de \$5,75 por niño de lunes a jueves y los viernes, sábados y domingos tiene un costo de \$6,50. Si desea ingresar un acompañante de

lunes a jueves, debe pagar \$1,30 y los viernes, sábados y domingo paga \$1,50. Los niños pueden disfrutar de estos juegos en un tiempo de 60 min (Mrjoy, 2019).

De igual manera todo niño puede festejar su cumpleaños en Mr. Joy. En el C.C. El Bosque esta empresa ofrece 5 tipos de paquetes:

El primero es el paquete nito con un precio de \$13,49 por invitado, incluye entrada por 2h30min, hot dog o sanduche + snack y gaseosa, agua y café, salón exclusivo, decoración, invitaciones y presentación del cumpleaños más actividades. El segundo paquete se llama Paquete Joy Laser con un costo de \$16,99 por invitado, tiempo de 3h00, uso exclusivo de joy laser, hot dog o sanduche+ snacks y bebida, postre, regalo para el cumpleaños, tarjeta de felicitación, personaje Mr.Joy, salón exclusivo, decoración, invitaciones y presentación del cumpleaños más actividades. Tercero se llama Paquete Mr.Joy con un costo de \$17,99 por invitado, incluye lo mismo que el paquete Joy Laser únicamente cambia el tiempo por 2h30 y aumenta pases de cortesía, regalo para las actividades y globos. El cuarto paquete es Super Mr.Joy precio de \$22,99 por invitado incluye lo mismo que el tercer paquete más caja de dulces para cada invitado, agua y café y snacks para mesa. Por último, está el cuarto paquete conocido como Mega Fiesta Mr. Joy exclusivo, con un valor de \$36,99 por invitado incluyen lo mismo que el cuarto paquete, pero no tiene límite de tiempo, tiene uso exclusivo joy laser y pases de cortesía. Cada paquete debe tener un mínimo de 15 invitados por cumpleaños si son dos cumpleaños pueden estar 25 invitados (Mrjoy, 2019).

2.2.2 Demanda

Población Objetivo

La empresa se ubica dentro del sector de entretenimiento ecuatoriano de la ciudad de Quito. Es importante tener en cuenta que se creará una operadora turística enfocado al ámbito cultural, donde se realizará actividades como: la realización de juegos tradicionales, visitas a museos con una dinámica más entretenida para niños, degustación de dulces o comida típica etc. El servicio será percibido por niños a partir de 8 hasta 12 años del Distrito Metropolitano de Quito, este será el mercado meta.

Consumidor

Consumidor individual

Generalmente los consumidores individuales son los niños quienes van a disfrutar de las actividades que la empresa le ofrecerá.

Factores de Segmentación

Geográfico:

Niños de la zona sur, centro y norte de la ciudad

Demográfico:

Hombres y Mujeres entre 25 a 49 años de edad que ejercen algún tipo de actividad económica, personas que pertenecen al grupo de ocupación (primer nivel).

Psicológico:

Los padres buscan que sus menores ocupen parte de su tiempo en jugar, según sus edades y preferencias, individualmente o en grupo, normalmente dirigidos por personas mayores, pero en muchos de los casos, libremente.

Beneficios de producto

“Ayuda al niño a desarrollar sus capacidades motoras, mentales, sociales, afectivas y emocionales; además de estimular su interés y su espíritu de observación” (Cañas, Casanova, Durán, Feito y Serrano, 2012). También ayuda a: aprender de las culturas y tradiciones del país, a la conservación del patrimonio cultural inmaterial, a divertirse, a interactuar, desenvolverse con otros y a tener una mejor convivencia con sus familiares y amigos y conocer nuevas personas.

Segmentación de Clientes

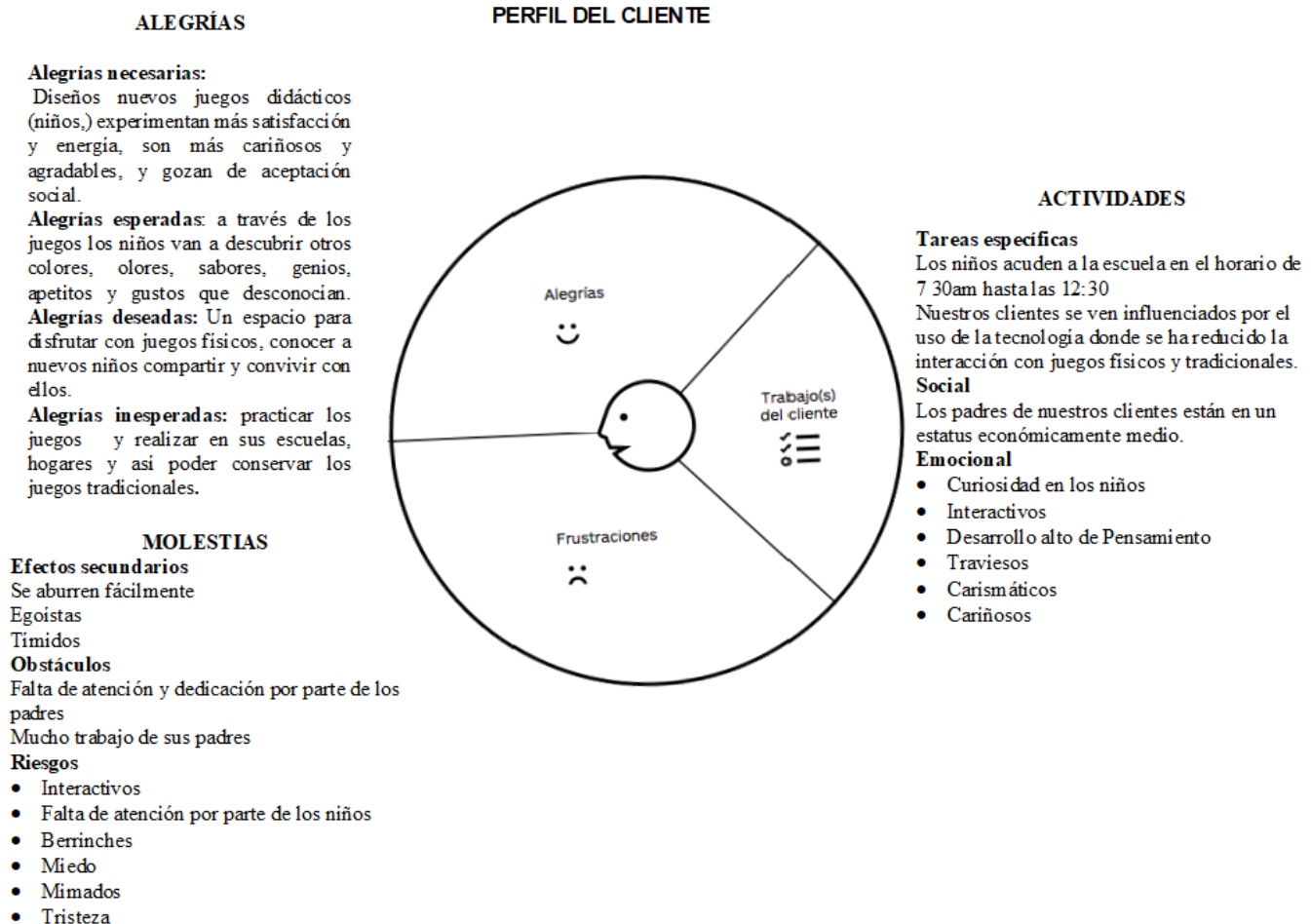
Cliente:

Se ha segmentado a hombres y mujeres entre 25 – 49 años de edad que pertenecen al grupo de ocupación (primer nivel).

Usuario:

Niños de 8 a 12 años de edad.

Ilustración 1 Perfil del Usuario



Adaptado de ConQuito y elaboración propia (2019).

Determinación de la muestra

En la investigación se ha tomado fuentes de información de páginas webs, principalmente de la página oficial del Instituto Nacional de Estadística y Censos año 2010.

Para la definición de la población se ha considerado al Distrito Metropolitano de Quito, que para el año 2010, tenía una población de 2.239.191, a partir de lo cual se indican los grupos de edad a considerar en el estudio desde 25 a 49 años y se determinó la relación al grupo de ocupación (primer nivel) que son las siguientes:

- Directores y Dirigentes
- Profesionales científicos e intelectuales
- Técnicos y profesionales del nivel medio
- Ocupaciones militares

De estos grupos de edad y de ocupación se analizó que entre los 25 a 49 años de edad hay un total de población de **182 293**. Por otro lado, se identificó el crecimiento poblacional del Distrito Metropolitano de Quito desde el 2010 hasta el 2018 con un crecimiento de **1.02%**. Relacionando dos datos, se tiene como valor total definitivo de **184,152 de población**.

Marco de muestreo

Aquellas fuentes son de disponibilidad secundaria y se ha obtenido información de tipo cuantitativa para la realización de una investigación mixta.

Identificación del tipo de muestreo

Para la identificación del tipo de muestreo se utilizará la fórmula de media infinita

$$n = \frac{k^2 S^2}{e^2}$$

S= heterogeneidad de la población = 50%

K= nivel de confianza 95% = 1.95

e= error = 5%

$$n = \frac{(1.95)^2 (0.5)^2}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{0.950625}{0.0025}$$

$$n = 380$$

$$n = \mathbf{380 \text{ encuestas}}$$

Análisis de resultados

Según el cálculo de muestreo utilizando la media finita dio como resultado un total de 380, que permite conocer el número estimado de la población que va

a formar parte de la investigación, con la finalidad de saber cuántas encuestas se va a realizar para el estudio y así poder alcanzar los objetivos.

Cálculo de la demanda

Para el cálculo de la demanda se procedió a la realización de las encuestas a los padres de familia, especialmente a padres que tengan a sus hijos en escuelas privadas o pensionadas de la ciudad de Quito.

Modelo de la encuesta

Buenos días soy estudiante de la Universidad UTE, quiero introducir en el mercado un nuevo negocio para la conservación de las tradiciones culturales de nuestro país en niños de 8 a 12 años de edad, a través de una empresa turística que brinde servicios de enseñanza y entretenimiento en un sitio público o privado ya sea parques, plazas, museos etc.

Señale con una (X) el cuadro que corresponda con la opción que usted más se identifique

Siendo el 5 Muy de acuerdo, 4 De acuerdo, 3 Ni de acuerdo ni en desacuerdo, 2 En desacuerdo y 1 Muy en desacuerdo.

Seleccione su respuesta a las siguientes preguntas:

Preguntas	1	2	3	4	5
1. ¿Cree usted que las tradiciones culturales existentes en el país se están perdiendo en los niños?					
2. ¿Piensa usted que los niños solo practican actividades culturales cuando hay días festivos?					
3. ¿Considera que los niños de ahora prefieren utilizar un aparato					

electrónico para su entretenimiento?					
4. ¿Piensa usted que sería una buena idea crear una empresa turística en la ciudad de Quito que enseñe la cultura, historia y tradiciones de nuestro país a los niños?					
5. ¿Considera usted que esta solución haría que los niños socialicen más, convivan más e incluso aprendan cómo fue la infancia de nuestros ancestros sin el uso de la tecnología?					

6. ¿Estaría dispuesto a llevar a sus hijos a que practiquen actividades culturales a cambio de pagarle a una empresa que le conecte con este tipo de servicios?

Si No

7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete que ofrezca estos servicios a sus hijos?

20 - 30 40 - 50 Más de 50

8. ¿Conoce de alguna empresa similar a este servicio que se está ofertando?

Si su respuesta es sí, mencione el lugar.

Si No

Nombre de la empresa.....

Gracias por su colaboración

Tabulación e interpretación de resultados

Para la obtención de resultados de las encuestas realizadas a padres de familia, se pudo analizar que:

En la figura 1 se muestra que los padres de familia encuestados el 75% está muy de acuerdo que las tradiciones existentes en el país se están perdiendo en los niños, el 22% están de acuerdo y el 3% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

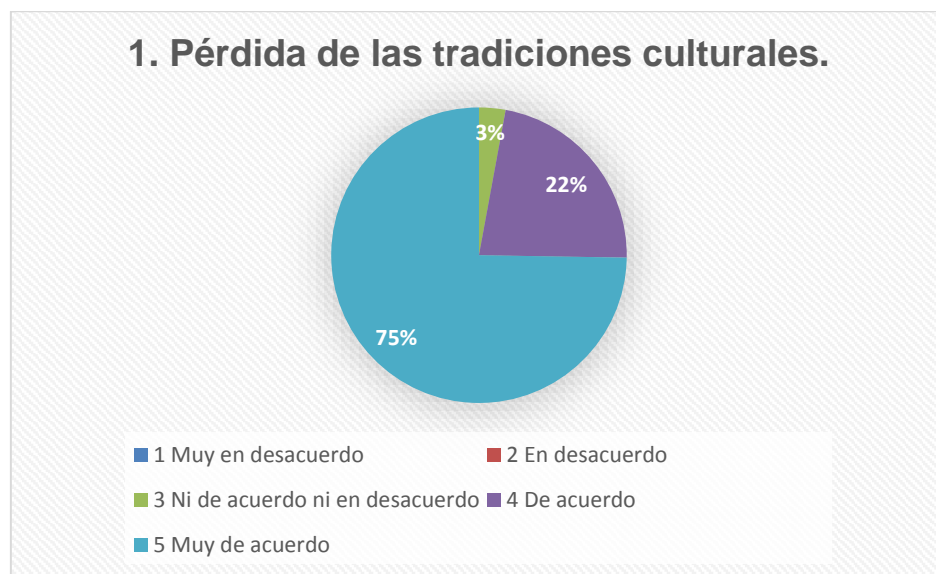


Figura 1 Pérdida de las tradiciones culturales

Como se puede indicar en la figura 1 los padres de familia encuestados en su mayoría si están muy de acuerdo con que las tradiciones culturales se están perdiendo en sus hijos.

En la figura 2 se indica que el 67% de los padres de familia encuestados dicen estar muy de acuerdos con sus niños practican actividades culturales únicamente en días festivos, el 30% está de acuerdo, el 2% no están ni de acuerdo ni en desacuerdo y el 1% está en desacuerdo.



Figura 2 Práctica de actividades culturales en días festivos.

Como se puede identificar en la figura 2 la mayor parte de los padres están muy de acuerdo que sus hijos saben de estas tradiciones cuando hay días festivos, en donde ahí realizan bailes, juegos, etc.

En la figura 3 se indica la preferencia de un aparato electrónico para el entretenimiento de los niños, en el cual el 89% de los padres y madres respondieron estar muy de acuerdo con ello, el 9% dijeron que están de acuerdo y el 2% señalaron estar ni de acuerdo ni en desacuerdo.

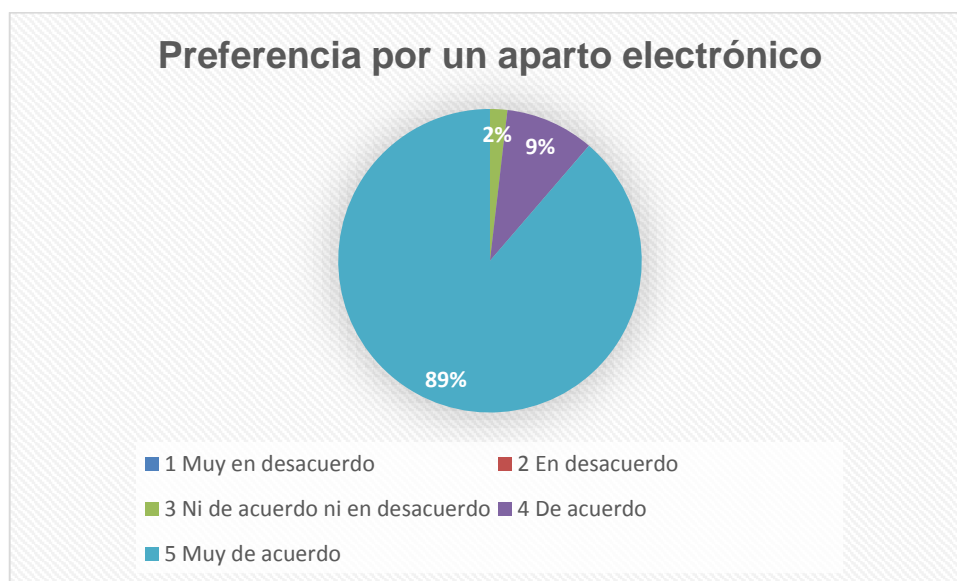


Figura 3 Preferencia por un aparato electrónico.

Como se puede observar en la figura 3 una gran cantidad de padres y madres están muy de acuerdo que sus hijos ahora prefieren más un aparato electrónico para su entretenimiento, mientras que no hay ningún padre que este en total desacuerdo.

En la figura 4 el 76% de los padres y madres encuestados dicen estar muy de acuerdo con la existencia de una empresa turística en la ciudad de Quito que enseñe la cultura, historia y tradiciones de nuestro país a los niños, el 22% está de acuerdo y el 2% no está ni de acuerdo ni en desacuerdo.

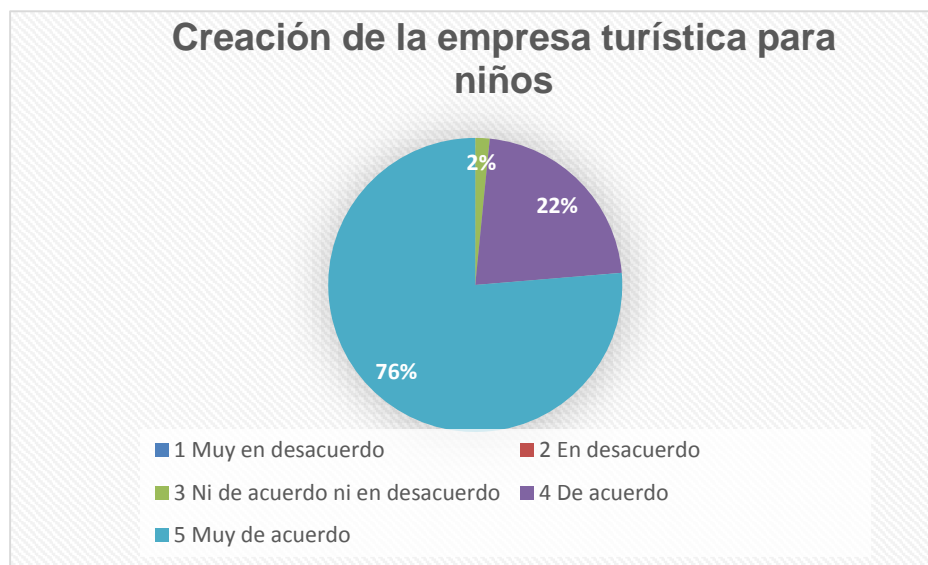


Figura 4 Creación de la empresa turística para niños.

Se puede visualizar que en la figura 4 la mayoría de los padres de familia consideran que sí sería una buena idea la existencia de una empresa turística en la capital que enseñe cultura y tradiciones del país.

En la figura 5 señala que el 67% de los padres respondieron estar muy de acuerdo que la creación de esta empresa haría que los niños socialicen más, convivan más e incluso aprendan cómo fue la infancia de nuestros ancestros sin el uso de la tecnología, el 30% respondieron estar de acuerdo, el 2% en desacuerdo y el 1% ni de acuerdo ni en desacuerdo.

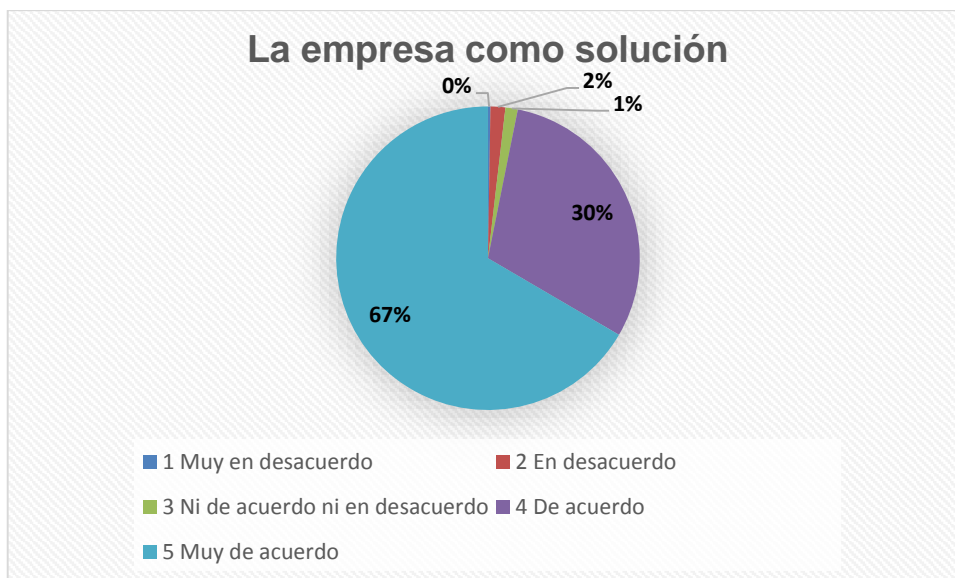


Figura 5 La empresa como solución.

Se puede ver que en la figura 5 un gran número de padres de familia piensan que esta idea haría que sus hijos sean más sociables y aprendan que no solo la tecnología da entretenimiento.

En la figura 6 señala que el 99% de los padres de familia respondieron que sí estarían dispuestos a llevar a sus hijos a que practiquen actividades culturales a cambio de pagarle a una empresa que le conecte con este tipo de servicios y el 1% no lo pagarían.

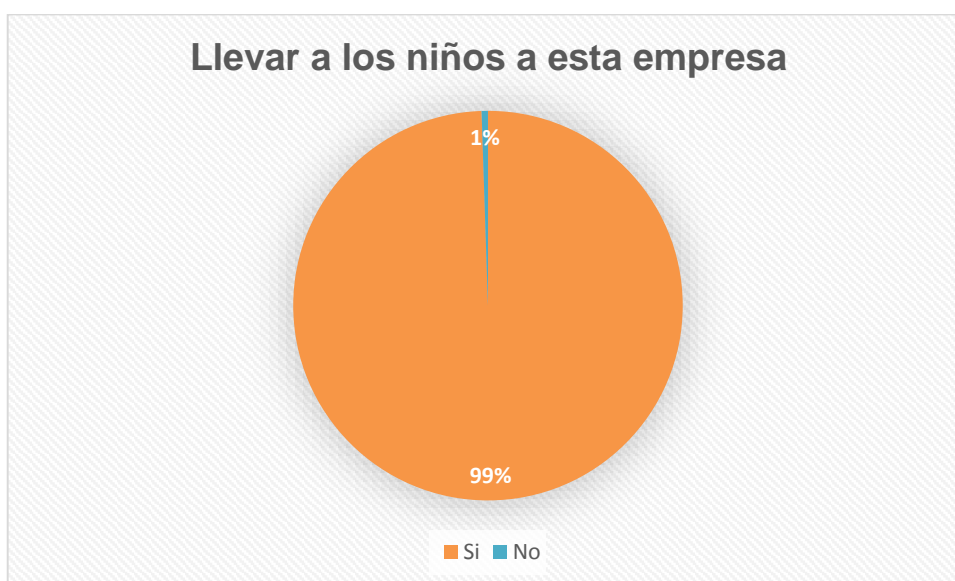


Figura 6 Llevar a los niños a esta empresa.

Como se puede observar en la figura 6 que casi todos los padres de familia si estarían dispuestos a llevarlos a sus hijos a que realicen estas actividades culturales por un gasto económico.

En la figura 7 se puede indicar que los padres y madres que fueron encuestados el 56% pagarían entre 20-30 dólares, el 41% 40-50 dólares y el 3% más de 50 dólares.

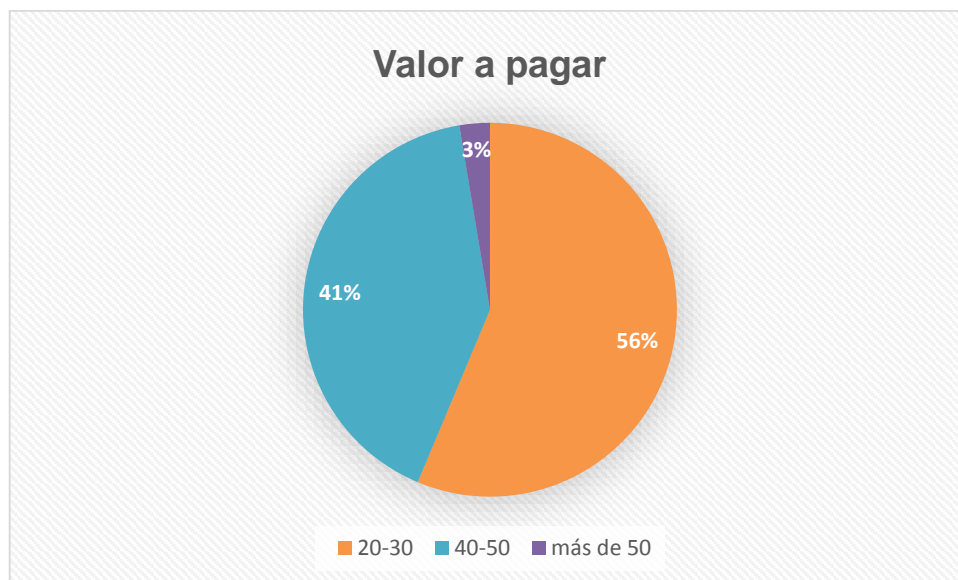


Figura 7 Valor a pagar.

En la gráfica se puede observar que la mayoría de los encuestados pagarían el menor rango señalado entre 20 a 30 dólares.

En la figura 8 se muestra que el 97% de los encuestados respondieron que no conocen de alguna empresa similar a este servicio que se está ofertando mientras que el 3% respondieron que sí.

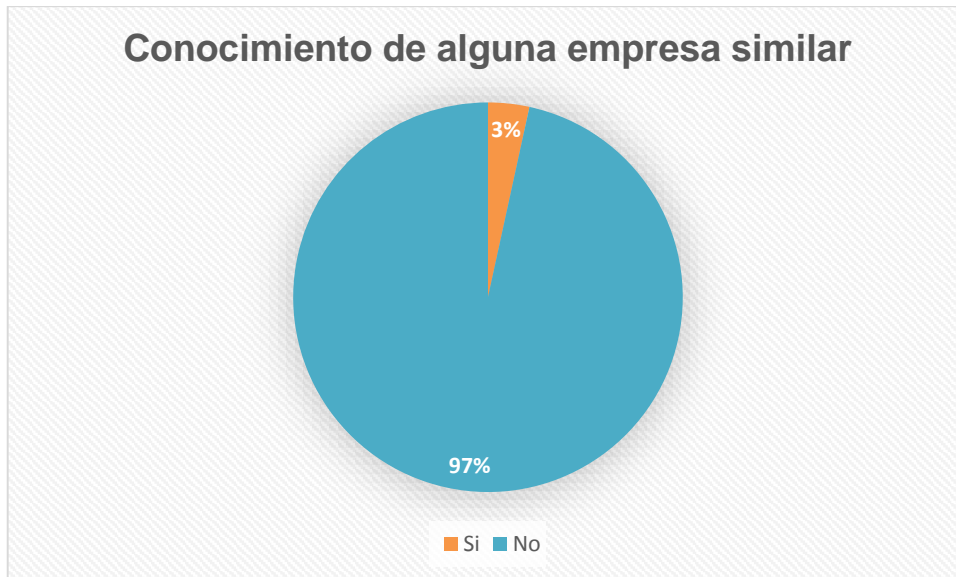


Figura 8 Conocimiento de alguna empresa similar.

Como se puede observar en la figura 8, un gran número de encuestados no conocen de alguna empresa que se dedique a la realización de actividades culturales existentes en el país. Pocos padres conocen de empresas que, si lo hacen, como es: Quito Eterno, Culto Peques, Puerta del Sol, Guambrateca y El Municipio de Quito cuando hace los eventos culturales para niños.

De Acuerdo a las encuestas realizadas el 76% cree que es una buena idea la creación de esta empresa y un 99% desea adquirir el servicio y producto y estaría dispuesto a pagar por el producto y servicio.

Total 87.5% de aceptación del producto y servicio.

Cálculo del mercado objetivo

El cálculo del mercado objetivo se da de la siguiente forma: población que es de 184,152 y el porcentaje es de 87,5%; a estos dos valores se los multiplica dando como resultado de la inferencia de la demanda de 161.133 padres.

Demanda Insatisfecha

Para la demanda insatisfecha se calcula de la siguiente manera: demanda menos oferta; es decir 161.133 menos 16,320 igual a 144,813 de demanda insatisfecha.

Mercado Objetivo

Dado que no es posible cubrir toda la demanda insatisfecha por la enorme infraestructura que ello demandaría, para este trabajo se prefiere tomar el 4% como mercado objetivo. De acuerdo al dato de demanda insatisfecha 144,813 multiplicamos por el 4% de mercado objetivo, dando un total de **5,793 unidades a producir**.

Precio de venta al público (promedio de mercado)

El precio de venta al público se determinó de acuerdo a las encuestas realizadas a padres de familia. El 56% decidieron pagar entre 20 y 30 dólares, pero se decidió tomar el valor más bajo que fue 20 dólares por cada niño.

2.2.2.1 Proyección de la demanda

Una vez identificado el número de unidades que ha vendido la empresa Quito Eterno, que fue un valor de 19.320 anual, se procedió a conocer las ventas históricas de otra empresa dedicada a las actividades de recreación en niños, llamada “CLUB KIWANIS GRANADA META” que está localizada en Colombia.

De esta organización se tomó las ventas históricas y se calculó la tasa de crecimiento a partir del año 2012 hasta el 2017, indicando lo siguiente:

Tabla 1 Ventas de la empresa Club Kiwanis Granada Meta

Año	Ventas \$	Tasa de crecimiento %
2012	\$34,380	25.65%
2013	\$43,200	2.22%
2014	\$44,160	27.83%
2015	\$56,450	10.11%
2016	\$62,158	1.56%
2017	\$63,125	
Promedio tasa de crecimiento:		13.47%

Adaptado por elaboración propia, (2019)

El 13.47% fue el promedio calculado de todas las tasas anteriores desde el año 2012 hasta el año 2016. De estos datos se procedió a utilizar el método de mínimos cuadrados para la proyección de ventas de la empresa CLUB KIWANIS GRANADA META desde el año 2018 hasta el año 2022, de la siguiente manera:

Tabla 2 Método de mínimos cuadrados

Año	Ventas \$	X	Y	XY	X^2
2012	34,380	1	34,380	34,380	1
2013	43,200	2	43,200	86,400	4
2014	44,160	3	44,160	132,480	9
2015	56,450	4	56,450	225,800	16
2016	62,158	5	62,158	310,790	25
2017	63,125	6	63,125	378,750	36
	Total	21	303,473	1,168,600	91.00

Adaptado por elaboración propia, (2018)

Después se procedió a utilizar las siguientes formulas:

$$b = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{n(\sum X^2) - (\sum X)^2} \quad \text{Pendiente de la línea de regresión}$$

$$a = \frac{\sum Y}{n} - b \frac{\sum X}{n} \quad \text{Punto donde se intercepta con el eje Y}$$

Que dio como resultado que $b = 6,082.54$ y $a = 29,289.93$. De estos datos se aplicó la siguiente fórmula

$Y = a + bX$ para la proyección y como resultados se obtuvo que:

Tabla 3 Proyección para la empresa Granada Meta

AÑO	Ventas Proyectadas \$	Tasa de crecimiento
2018	71,868	0.08
2019	77,950	0.08
2020	84,033	0.07
2021	90,115	0.07
2022	96,198	
Tasa Media		7.56%

Adaptado por elaboración propia, (2019)

Para terminar y tener el número de ventas para el primer año se va a multiplicar el número de ventas estimadas del primer año que fue de 5.793 por el valor

unitario que fue de 20 dólares, consiguiendo un total de **115.850 dólares** adicional, se consideró otras ventas de 12.600 dólares. Sumando estos dos valores se obtienen un valor final de **128.450.40 dólares**.

Finalmente, al valor de ventas del año 1 se aplicó la tasa de interés media de crecimiento que fue de **7.56%** enseñando los siguientes resultados hasta el año 5.

Tabla 4 Ventas proyectadas de la empresa

AÑO	Ventas Proyectadas \$
Año 1	128.450
Año 2	138.166
Año 3	148.616
Año 4	159.857
Año 5	171.948

Adaptado por elaboración propia, (2019)

En la tabla 4 para el año 1 se tiene ventas de 128.450 dólares logrando hasta el año 5 unas ventas estimadas de 171.948 dólares.

2.3 La comercialización del producto o servicio

Precio

El precio irá acorde a las actividades programadas, de igual manera se tomará en cuenta el valor a pagar que los padres respondieron en las encuestas realizadas.

Plaza

El canal que se va utilizar es: Canal directo porque serán los mismos productores de la empresa quienes van a entregar los servicios y productos para los niños en la ciudad de Quito, no se requiere de intermediarios.

Promoción

La empresa se dará a conocer su servicio a través de publicidad que se realizará por medio de la creación de una página web, utilizando redes sociales, flyers, realizando charlas en instituciones públicas y privadas, con el fin de ser una empresa reconocida en el mercado.

Producto

Atributos tangibles

El producto final consta de la práctica y enseñanza de todas las actividades ofertadas mediante la utilización de juegos físicos tradiciones, trajes típicos, dulces tradicionales etc.

Experiencia que pretende contarse a los usuarios

La experiencia única e individual es la propuesta de valor más grande dándoles un plus de recompensas por la participación en los mismos ya que solo así se va transmitir el trabajo planteado por la empresa para los niños.

Pensar en los cinco sentidos: vista, olfato, audición, sabor y tacto.

Para la correcta enseñanza de los mismos se necesita estar en contacto con los clientes todo el tiempo es decir tanto físicamente como intelectualmente, al momento de realizar todas las actividades que la operadora tiene planteado.

Definir: diseño, decoración, musicalización, iluminación.

Los niños tendrán un ambiente acogedor al momento de realizar cada juego o visitar un lugar, contarán con música tradicional y observarán una decoración que les llame la atención.

Diferenciadores

- Se practicarán actividades tradicionales durante todo el año.
- Precios diferenciados accesibles para los padres de familia.
- Diversas actividades a realizar.
- Se mostrará diferentes nacionalidades existentes en el país.
- Salvaguardar los juegos tradicionales del Ecuador.
- Aportar al desarrollo de habilidades y destrezas de los niños.

2.4 Proveedores

La empresa necesita de proveedores locales que proporcionen sus insumos al por mayor y a precios económicos. Una empresa que puede proveer de este servicio es “FIESTA MANIA” ubicada en el Centro Histórico de Quito, esta empresa puede ser quien proporcione los juegos y herramientas que se

necesite. Así también, se requiere de una empresa quien facilite los dulces tradicionales y trajes típicos. Por último, se requiere de una empresa de transporte que tenga todo en regla y pueda servir para el traslado de niños a ciertos lugares en la ciudad de Quito.

2.5 Conclusiones

- Durante la realización de la oferta se pudo conocer empresas nacionales e internacionales que promocionan paquetes exclusivamente para niños. A nivel internacional se determinó 5 empresas reconocidas en España como: Travelkids, Alventus viajes, Bob y blue, Op&kids y Hotel de Juguete. Por otra parte, a nivel nacional está: Hillary Resort, Decameron, Parque acuático planeta azul y las dos principales existentes en la ciudad de Quito y que son bien posicionadas son: Quito Eterno y Mr. Joy.

Quito eterno es una empresa que se la considera como una competencia directa ya que se encuentra en la misma localidad y posee varias actividades similares a las que se quiere oferta. En cuanto, a sus precios van acorde al tipo de institución que viene los niños, ya fiscales o particulares; para fiscales tiene un costo de \$3.50 por niño y para particulares \$4.50 por niño.

Mr. Joy, a pesar de que no tienen las mismas actividades y mismos objetivos planteados de fomentar actividades culturales, se puede decir que es una empresa donde ha logrado captar una gran cantidad de niños para su entretenimiento; sus precios varían de acuerdo al lugar de ubicación. En la ciudad de Quito están ubicados en el centro comercial el recreo y en el centro comercial el bosque; en el C.C.El Recreo los precios son desde 2 hasta 6 dólares dependiendo los días y las horas, en el C.C.El Bosque varían desde 2 hasta 7 dólares igualmente dependiendo los días y las horas.

Finalmente, mediante las encuestas realizadas a los padres de familia se determinó que existió empresas enfocadas a este ámbito cultural con niños como, por ejemplo: Guambrateca.

- En las encuestas realizadas a 380 padres de familia se pudo identificar que el 99% de los padres estarían dispuestos a llevar a sus hijos a que realicen este tipo de actividades culturales por un costo mínimo. Es así donde se logró ver que la mayoría de los padres sí están muy de acuerdo que sus hijos prefieren un aparato electrónico para su entretenimiento, es por ello que estarían interesados en que sus niños vayan y disfruten este tipo de servicios culturales.
- Durante el estudio se pudo conocer las estrategias de mercado que la competencia ha realizado para llegar a sus clientes. Algunas estrategias de mercado son: la publicidad ya que han querido captar mercado, utilizan medios de comunicación como radios, televisión y redes sociales promocionando sus servicios y productos. Mr joy por ejemplo, tiene pancartas, reparte flayers en los centros comerciales y algo que lo hace innovador es tener su propio personaje para que los niños conozcan quien es Mr joy.

Quito eterno tiene alianzas con iglesias, por ejemplo, con la fundación de la compañía de Jesús quien le permite ingresar a su iglesia, logrando así captar la atención no solo de sus clientes quienes compraron el servicio de sus rutas; si no también de gente que estuvo visitando la iglesia y a simple vista se interesó por su servicio, esto es una estrategia de mercado.

Finalmente, todas estas empresas nacionales e internacionales tienen una página web, en el cual muestran todos sus productos y servicios y de igual forma indican quienes son y cuál es su misión y visión en el mercado.

CAPÍTULO 3

3. Diseño

La empresa contará con un cierto número de niños por día, de acuerdo al tipo de temporalidad como:

- En la temporalidad baja (enero, febrero, septiembre y octubre) se determinó cada mes trabajar con 384 niños lo que quiere decir que cada día se debe tener como mínimo 32 niños.
- En la temporalidad media (marzo, abril, mayo, agosto, noviembre y diciembre) se calculó 492 niños cada mes, es decir cada día ocuparse mínimo de 41 niños.
- En la temporalidad alta (junio y julio) se contabilizó 624 niños lo que explica laborar mínimo con 52 niños para el mes de junio; mientras que en julio debe haber un total de 637 niños detallando cada día tener 53 niños.

El proyecto busca enfocarse a la recreación y ocio en los niños de la ciudad de Quito, fomentando un turismo cultural donde los niños puedan conocer y aprender de la música, danza, leyendas, sitios patrimoniales, historias, sitios turísticos y juegos tradicionales del país.

La empresa quiere crear circuitos donde se pueda visitar los sitios turísticos que tiene la ciudad y a la vez se cuente con guías especializados para el entretenimiento de los niños; la idea es que ellos puedan desconectarse por un momento de la tecnología y conozcan cómo era la infancia de sus ancestros.

Serán tres días de operación como: viernes, sábado y domingo hasta las 5 de la tarde donde sus padres podrán con anterioridad registrarles a sus niños y reservar sus cupos; también se estima el apoyo de las instituciones educativas para que los alumnos de 8 a 12 años tengan esa oportunidad de aprender de la cultura ecuatoriana.

Se desea contar con el apoyo de museos, restaurantes, sitios de recreación, iglesias, parques, sitios turísticos como la mitad del mundo entre otros, para que los niños puedan disfrutar de forma educativa.

Finalmente, esto hace que la ciudad de Quito sea un sitio de interés en ellos para conocer, jugar, disfrutar y aprender; sobretodo conlleva a la conservación de las culturas y tradiciones del Ecuador.

Paquetes turísticos para niños

A continuación, se visualizará algunos paquetes turísticos programados para las visitas con niños en la ciudad de Quito:

Paquete1

Tour cultural

Día: viernes

Horario: 9 am a 5pm

Número de niños: mínimo 30 máximo 40

Itinerario:

8:30 Punto de encuentro en las oficinas junto al centro comercial el recreo.

8:45 Salen con dirección al Museo Interactivo de Ciencia (MIC)

9:00 Empieza el recorrido en el MIC (guiado por los promotores)

9:45 Realización de juegos tradicionales en el MIC

10:45 Entrega de refrigerio

11:00 Traslado al centro histórico de Quito

11:15 Llegada al museo de la ciudad (guianza)

11:45 Concursos de bailes típicos

12:30 Caminata por las 7 iglesias (leyendas tradicionales)

13:30 Almuerzo en un restaurante ej. Vista hermosa (con comida típica)

14:30 Visita al palacio arzobispal o museo de cera

15:30 Traslado al museo del agua YAKU

16:00 Llegada al museo (guianza, juegos y títeres)

17:00 Salida del museo

17:30 Llegada a las oficinas de la empresa

Incluye:

- ✓ Refrigerio
- ✓ Juegos tradicionales
- ✓ Fotografías
- ✓ Kit Dulces tradicionales
- ✓ Trajes típicos
- ✓ Almuerzo
- ✓ Recorrido
- ✓ Guianza
- ✓ Entradas a museos
- ✓ Helado de paila

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete.

Paquete 2

Tour aventurero

Día: sábado

Horario: 9 am a 5pm

Número de niños: mínimo 30 máximo 40

Itinerario:

8:30 Punto de encuentro en las oficinas junto al centro comercial el recreo.

8:45 Salen con dirección al parque las cuabras

9:20 Entrada al parque y empieza el recorrido (guiado por los promotores)

- 10:00 Realización de juegos tradicionales
- 10:45 Entrega de refrigerio
- 11:00 Traslado al museo Basílica del Voto Nacional
- 11:35 Llegada al museo (guianza)
- 12:30 Concursos de bailes típicos
- 13:30 Almuerzo en un restaurante ej. Vista hermosa (con comida típica)
- 14:30 Visita al Centro Histórico (leyendas)
- 15:30 Visita al templo de la Patria
- 16:00 Llegada al Templo de la Patria (Guianza, juegos y títeres)
- 17:00 Salida del sitio
- 17:45 Llegada a las oficinas de la empresa

Incluye:

- ✓ Refrigerio
- ✓ Juegos tradicionales
- ✓ Fotografías
- ✓ Kit de Dulces tradicionales
- ✓ Trajes típicos
- ✓ Almuerzo
- ✓ Recorrido
- ✓ Guianza
- ✓ Entradas a museos
- ✓ Helado de paila

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete.

Paquete 3**Tour Vivencial**

Día: Domingo

Horario: 9 am a 5pm

Número de niños: mínimo 30 máximo 40

Itinerario:

8:30 Punto de encuentro en las oficinas junto al centro comercial el recreo.

8:45 Traslado a la Plaza Grande (Centro Histórico de Quito)

9:10 Llegada al sitio (guiado por los promotores)

- Recorrido por algunas iglesias
- Cuento de leyendas tradicionales

10:10 Salida del centro histórico con dirección al Panecillo

10:30 Llegada al Panecillo (entrega de refrigerio)

10:55 Realización de juegos tradicionales

11:45 Salida y traslado al museo de yaku

12:10 Llegada al museo (guianza, bailes típicos y títeres)

13:15 Salida del museo

13:30 Almuerzo (comida típica)

14:35 Traslado al Jardín Botánico de Quito

15:00 Llegada al sitio (Guianza)

16:00 Salida y Visita al Vivarium

16:40 Salida del sitio

17:20 Llegada a las oficinas de la empresa

Incluye:

- ✓ Refrigerio
- ✓ Juegos tradicionales
- ✓ Fotografías
- ✓ Kit de Dulces tradicionales
- ✓ Trajes típicos
- ✓ Almuerzo
- ✓ Recorrido
- ✓ Guianza
- ✓ Entradas a museos
- ✓ Helado de paila

No incluye

- Gastos no especificados en el paquete.

3.1 Estudio Técnico

3.1.1 Localización del proyecto

Para conocer la localización óptima de la empresa se realizó el método cuantitativo de puntos, donde asignamos varios factores relevantes como: materia prima, mano de obra, costos de insumos, costos de la vida y cercanía del mercado, comparando entre el Condado Shopping y el Centro Comercial el Recreo localizado en el norte y sur de la ciudad respectivamente; considerando óptimo para ubicación de la empresa, el Centro Comercial El Recreo.

Tabla 5 Método cuantitativo por puntos.

Factor relevante	Peso asignado	Centro Comercial El Recreo		Centro Comercial El Condado	
		Calificación	calificación ponderada	Calificación	calificación ponderada
Materia prima disponible	0,30	9,00	2,7	6,00	1,8
Mano de Obra disponible	0,20	9,00	1,8	7,00	1,4
Costo de los insumos	0,30	8,00	2,4	6,00	1,8
Costo de la vida	0,05	7,00	0,35	8,00	0,4
Cercanía del Mercado	0,15	6,00	0,9	6	0,9
Suma	1,00		8,15		6,3

Adaptado por elaboración propia, (2019).

Como se puede apreciar en la tabla 5 se ha seleccionado el centro comercial el recreo por tener mayor calificación ponderada.

3.1.2 Cuantificación de la inversión

En relación a la cuantificación de la inversión se tomará en cuenta los activos fijos, activos diferidos, gastos administrativos y gastos de ventas que la empresa requerirá.

Activos Fijos

Los activos fijos son bienes que son propiedad de la empresa ya sean tangibles o intangibles, mismos que no son destinados para la venta (Debitoor, s.f).

Los activos fijos que se invertirá para el año cero y serán parte de la empresa son: equipos y herramientas con un valor total de \$840,00 dólares, muebles y equipos de oficinas \$1.570,00 dólares, equipos de cómputo con un valor de \$4.465,00 dólares y vehículo \$25.000,00 dólares (Ver anexos 1- 4).

Activos Diferidos

Según La Nacional Financiera (2004) menciona que “están representado por las inversiones cuyos beneficios se obtendrán en varios periodos de años” (p.02).

Se consideró como activos diferidos a: los gastos de constitución con un promedio de \$2.415,00 y la creación de la página web de \$1.350,00 (Ver anexos 5-6).

Gastos Administrativos

Para el año 1 serán parte de estos gastos los siguientes: sueldos administrativos con un valor total de 37.580 dólares, honorarios administrativos donde se pagará a un contador externo dando como valor anual de 3,600 dólares, suministros de oficina 550 dólares con 11 centavos, servicios básicos 9.360 dólares e internet un valor total de 360 dólares (Ver anexos 7-11).

Gastos de Ventas

En gastos de ventas se detalla: el sueldo del vendedor, mensualmente ganará 584 dólares con 93 centavos y al año obtendrá 7.019 dólares con 20 centavos, la publicidad con valor anual de 210 dólares, la comisión para el vendedor que será del 10% y la empresa pagará al año un valor de 702 dólares

y los honorarios de ventas para el web management de 300 dólares al mes, obteniendo al año 3.600 dólares (Ver anexos 12- 15).

3.1.3 Cuantificación del costo de las operaciones

Como cuantificación de la inversión se tienen a los costos directos e indirectos.

El Costo Directo

Los costos directos son “los que guardan una relación estrecha con el producto o servicio. De hecho, se establecen desde las primeras fases de producción y suelen reflejarse en los presupuestos o estimaciones de costos” (Business School, 2019).

Se determinó como costos directos a: la materia prima pagando un total de 14.681 dólares al año, implementos por presentación con un costo de 74 dólares en el año y mano de obra directa un promedio anual de 25.473 dólares (Ver anexos 16- 18).

Costos Indirectos

Los costos indirectos “son los que se relacionan de manera tangencial con los proyectos o las tareas previstas” (Business School, 2019).

Los costos indirectos tomados para la ejecución de la empresa son: la gasolina calculando un valor anual de 1.440 dólares y los honorarios de la mano de obra indirecta (el chofer) con un promedio anual de 4,320 dólares (Ver anexos 19- 20).

3.1.4 Cálculo de la mano de obra por especialización y asignación de la remuneración.

Según el Código de Trabajo artículo número 1, menciona que “Los preceptos de este Código regulan las relaciones entre empleadores y trabajadores y se aplican a las diversas modalidades y condiciones de trabajo” (Registro Oficial N°167,2005).

Por medio de este documento legal se toma en cuenta todos los beneficios que el empleador y trabajador tienen mientras laboran, es por ello que a continuación se indicará cuáles son estos beneficios.

La empresa contará con un gerente general, tres promotores, un auxiliar administrativo, un auxiliar contable, un auxiliar de servicios y un vendedor; cada uno tiene un sueldo fijo; pero la empresa tiene un costo real por pagar a cada trabajador y empleador, ya que toma en cuenta lo siguiente:

- El pago del décimo tercero que es un bono navideño y se calcula del sueldo que perciben dividido para los 12 meses del año.
- El pago del décimo cuarto sueldo es para los trabajadores que laboran bajo relación de dependencia y se calcula desde 1 de agosto del mismo año anterior hasta el 31 de julio del año del pago.
- Los fondos de reserva que reciben después de su primer año, se calcula igual que el décimo tercero.
- Vacaciones que se divide el sueldo para 24.
- Finalmente, el aporte patronal en el cual la empresa afilia al trabajador de forma obligatoria y se calcula del sueldo por el 11,15%.

De acuerdo a esto, el valor a pagar a cada uno es: gerente se costea un total de 1.246.85, promotor 706,58, auxiliar administrativo 649.43, auxiliar contable 650.43, auxiliar de servicios 584.93 y vendedor 584.93. Todos estos valores son anuales (Ver anexo 21).

3.1.5 Costos de mantenimiento

La empresa necesariamente debe contar con un valor estimado para el mantenimiento de equipos; los activos fijos serán los que necesiten este mantenimiento, para ello se calculó el cinco por ciento de estos activos dando como valor anual un total de 1573 dólares con 75 centavos.

3.1.6 Flujogramas de los procesos de producción.

Un flujograma se define como una representación gráfica en el cual se detalla un procedimiento donde se identifica los pasos a seguir sobre alguna actividad a ejecutarse, con el fin de obtener un resultado (Asociación Española para la Calidad, 2003, p.45).

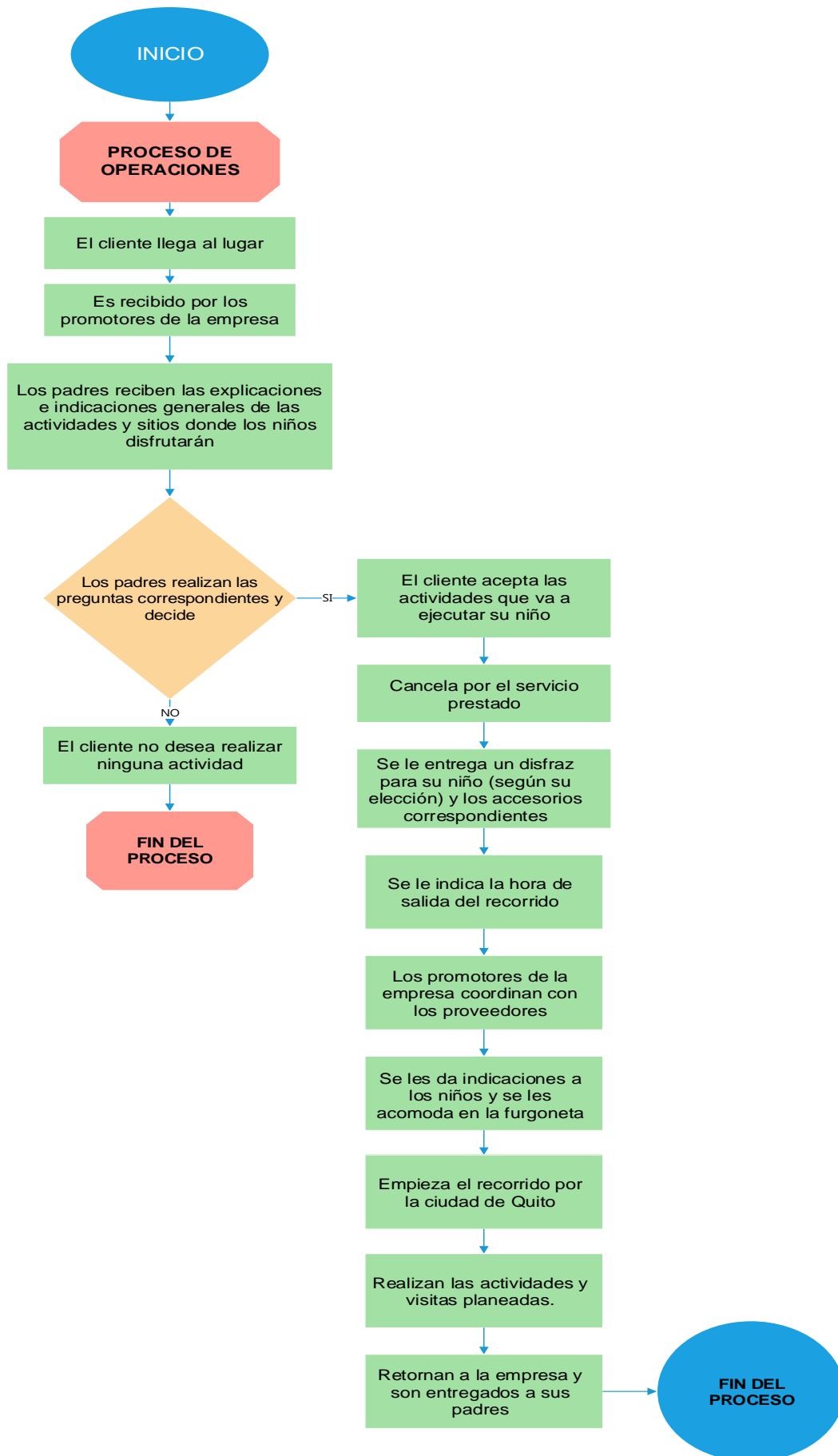


Figura 9 Flujoograma.

3.2 Estudio organizacional, legal y ambiental

3.2.1 Aspecto organizacional

2.2.1.1 Organigramas estructural y funcional

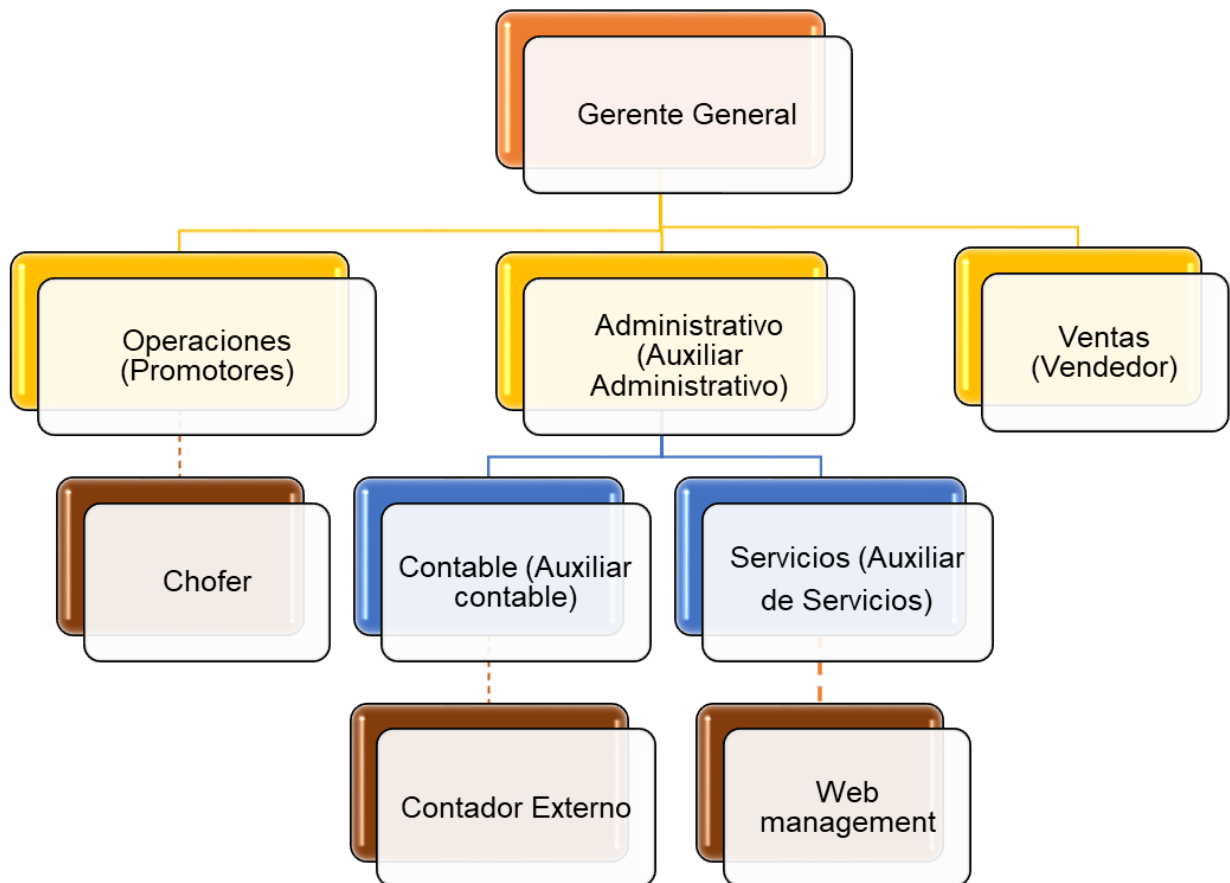


Figura 10 Organigrama de la empresa

Descripción de funciones:

Gerente General:

- Guía a la empresa para lograr el cumplimiento de objetivos planteados.
- Supervisar al personal de forma correcta para evitar el surgimiento de problemas.
- Planifica estrategias de trabajo.
- Soluciona problemas que se llegue a ocasionar.

Promotores

- Coordinan las actividades a ejecutarse para los niños.

- Verifican que los paquetes ofertados estén adecuados.
- Planifican rutas innovadoras para los niños.
- Guían cada atractivo turístico de forma dinámica para que los niños se interesen y aprendan del sitio.
- Realizan los juegos tradicionales.
- Cuidan a los niños durante el recorrido.

Auxiliar administrativo

- Registra las ventas realizadas por medio de informes.
- Se encarga de los activos de la empresa.
- Realiza inventarios.
- Verifica que se cumpla los itinerarios de forma correcta.
- Lleva un registro de todos los niños.
- Hace firmar a los padres el acuerdo para la ejecución de actividades turística.

Vendedor

- Investiga instituciones educativas que puedan interesarse en estos servicios para niños.
- Visita las instituciones educativas promocionando los paquetes.
- Vende los paquetes a las instituciones o padres de familia que deseen.
- Ejecuta presentaciones de los paquetes existentes.
- Entrega volantes y tarjetas de presentación.
- Realiza un informe diario.

Auxiliar contable

- Tiene un control del dinero de la empresa.
- Verifica costos y gastos que existan.
- Entrega comprobantes ya sea facturas o recibos.
- Realiza los pagos de sueldos correspondientes a cada uno.
- Escribe informes diarios contables para al final del mes entregar al contador externo.

Auxiliar de servicios

- Se comunica con los prestadores de servicio ya sea museos, restaurantes etc.
- Coordina horarios con los prestadores de servicios para evitar cualquier inconveniente.
- Atiende ya sea personalmente o por vía telefónica a los padres de familia que quieran alguna información de la empresa.
- Indaga sitios que sean de interés para los niños.
- Supervisa que el web management este realizando una buena gestión.

Contador externo

- Analiza los informes del contador interno.
- Verifica que se esté manejando bien los recursos financieros de la empresa.
- Observa si no hay crisis económica.
- Realiza un balance general de la empresa.
- Brinda asesoramiento.
- Da soluciones en caso de que lleve haber problemas.
- Ejecuta un informe mensual.

Web Management

- Maneja y actualiza la página web de la empresa.
- Adjunta los paquetes nuevos a promocionarse.
- Edita información de la empresa que el Gerente le mencione.
- Muestra las promociones que llegue a existir en los paquetes para niños.
- Sube fotografías de las actividades con niños que se haya realizado.

Chofer

- Conduce de forma correcta el transporte para el traslado de los niños a los sitios que se estimen.
- Se comunica con los promotores para coordinar horarios de cada semana.

- Indaga las ubicaciones de los sitios que se visitara para evitar atrasos.

3.2.1.2 Mecanismos de comunicación interna

“La comunicación es un factor importante de integración en cualquier colectivo y por lo tanto es la actividad empresarial. Las estructuras de la empresa se cohesionan o se resquebrajan según sea el grado, la intensidad, la calidad y eficiencia de la comunicación interna. En una organización la falta o falla de comunicación, abundarán los conflictos, existirá una mayor confusión en el ejercicio de la actividad ordinaria, disminuirá el rendimiento, bajará la motivación y se originara un insatisfactorio clima laboral” (Urcola, 2015, p.56).

Por ende, la comunicación en el ámbito empresarial es fundamental para que todo el personal trabaje en equipo, logrando el cumplimiento de los objetivos planteados de la empresa (Urcola, 2015, p.56).

Existen dos tipos de comunicación:

Comunicación formal

Según Tarodo afirma que “la comunicación formal es aquella que se establece a través de los canales establecidos en la empresa y que son conocidos por todos los miembros de la misma” (p.39).

La empresa utilizará como medios de comunicación formal la ejecución de reuniones con todo el personal, correos electrónicos para informar cualquier asunto de vital importancia y actas para la ejecución de alguna actividad a realizarse.

Comunicación Informal

“Es aquella que tiene comienzo en las relaciones directas de los empleados de la empresa. Suele adoptar diferentes formas (rumores, noticias, etc.) que se desarrollan de manera vertiginosa” (Tarodo, 2014, p.39).

El medio de comunicación informal a utilizarse será a través de la aplicación de mensajería por teléfonos inteligentes como WhatsApp y por conversaciones directas sin registros.

3.2.2 Aspectos legales

2.2.2.1 Relaciones contractuales

Trabajadores

Según el Código de trabajo, capítulo I de su naturaleza y especies, párrafo 1ro definiciones y reglas generales, artículo 11 detalla que los contratos de trabajo pueden ser:

“a) Expreso o tácito, y el primero, escrito o verbal; b) A sueldo, a jornal, en participación y mixto; c) Por tiempo fijo, por tiempo indefinido, de temporada, eventual y ocasional; d) A prueba; e) Por obra cierta, por tarea y a destajo; f) Por enganche; g) Individual, de grupo o por equipo; y, h) Nota: Literal derogado por Decreto Legislativo No. 8, publicado en Registro Oficial Suplemento 330 de 6 de mayo del 2008” (Registro Oficial N° 167, 2012).

Para la contratación del personal se ha determinado una contratación por tiempo indefinido con período de prueba, en el cual todos los que son trabajadores de planta como el gerente general, promotores, auxiliar administrativo, auxiliar de servicios, auxiliar contable y vendedor contarán con un período de prueba de 90 días como estipula la ley.

En cuanto al contador externo, web management y el chofer serán contratos por servicios profesionales y se realizarán de forma escrita, detallando el pago por sus honorarios brindados a la empresa.

Para la realización del contrato por tiempo indefinido con período de prueba se necesitará de una asesoría jurídica para evitar inconvenientes. En el contrato se especificará el nombre de quien ocupará cada cargo, el compromiso por prestar sus servicios lícitos y personales que estarán bajo dependencia del empleador, el horario de trabajo cumpliendo 8 horas laborables según el código de trabajo, artículo 47 , de lunes a viernes con excepción de los promotores quienes trabajarán de miércoles a domingo, la remuneración de acuerdo al código de trabajo, artículos 80, 81 y 83, lugar de trabajo, las obligaciones y prohibiciones del empleador y el trabajador y la firma del empleador y trabajador (Registro Oficial N° 167, 2012).

Proveedores de suministros y equipos

Para la adquisición de suministros de oficina, limpieza, juguetes y equipos de cómputo, se definirá un contrato escrito detallando un acuerdo de ambas partes donde ofrezcan a la empresa un descuento en sus productos bajo la condición de que solo se adquirirá los productos en sus empresas en un tiempo estimado a 1 año.

Proveedores de servicios

Para la realización de visitas turísticas a museos y sitios de recreación se solicitará un convenio para adquirir tarifas corporativas entregando la documentación correspondiente.

3.2.2.2 Aspectos tributarios según el tipo de organización.

La empresa se constituirá como una compañía de responsabilidad limitada cumpliendo las siguientes características:

Según la ley de compañías, sección quinta, artículo 92 menciona que “la compañía de responsabilidad limitada es la que se contrae entre dos o más personas, que solamente responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen el comercio bajo una razón social o denominación objetiva” (Registro Oficial N°312, 2014).

Según el artículo 102 los socios de la empresa aportaran un monto estipulado por la Superintendencias de Compañías y Valores. (Registro Oficial N°312, 2014).

El artículo 103 “Los socios fundadores declararán bajo juramento que depositarán el capital pagado de la compañía en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones sean en numerario” (Registro Oficial N°312, 2014).

3.2.2.3 Requisitos, Permisos y patentes.

Para la constitución de la empresa se debe tomar en cuenta los siguientes requisitos según en la página web de Asesoría Legal en materia societaria Lexpro (2019) basado en la Superintendencia de Compañías, Registro Mercantil y SRI indica lo siguiente:

- Registrar el nombre en la superintendencia de compañías para verificar que no existe otra empresa con un nombre o razón social similar.
- La elaboración de estatutos para la validación de una minuta firma por un abogado
- Se procederá a la apertura de una cuenta bancaria con un monto mínimo de 400 dólares que debe tener una empresa de responsabilidad limitada y solicitar el “certificado de cuentas de integración de capital.
- Se realiza una escritura pública ante un notario llevando consigo los requisitos mencionados anteriormente.
- Se procede a registrar todos estos documentos en la Superintendencia de Compañías para su respectiva revisión y aprobación.
- Publicación de un diario de circulación nacional
- Obtención de los permisos municipales en el cual hay que realizar el pago de la patente y requerir certificado de cumplimiento de obligaciones.
- Después se inscribe la compañía en el registro mercantil
- Una vez registrado se debe realizar una junta general donde se debe nombrar un (presidente, gerente etc.), de la empresa.
- Después de la inscripción de la empresa en el registro mercantil, la superintendencia de compañía otorgara los documentos para la apertura del RUC de la compañía.
- De igual manera en el Registro Mercantil se inscribe el nombramiento del representante de la empresa.
- En el Servicio de Rentas Internas (SRI) se realiza los trámites para conseguir el RUC de la compañía.

Registro de actividad turística

Según el reglamento de operación e intermediación turística (2016) capítulo 1, requisitos y procedimiento, artículo 8 requisitos para la obtención del registro de turismo informa que se debe cumplir con lo siguiente:

- a) Registro Único de Contribuyentes (RUC)
- b) Escritura de constitución, último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, en caso de que aplique estas dos últimas.

- c) Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- d) Pago de la contribución del 1x1.000 a la autoridad nacional de turismo.

Adicional los permisos y patentes que también se requiere son:

- Licencia Única de Actividades Económicas “trámite otorgado por el Municipio de Quito a través de la Administración Zonal correspondiente a la jurisdicción del establecimiento turístico” (Quito turismo, 2019).
- Permiso de Cuerpo de Bomberos
- Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual IEPI sirve como registro de la marca o logo de la empresa.

Requisitos y permisos para operar con el servicio de transporte turístico con niños

Según el reglamento de transporte terrestre turístico, capítulo III, artículo 20 señala la obtención del “permiso de operación en la modalidad "comercial turístico" otorgado por la ANT” (Registro Oficial N°241, 2014).

Y en el capítulo III, el artículo 31 clasificación vehicular regula el uso de una furgoneta, minibús, bus o microbús donde los asientos deben ser reclinables dando un mayor confort al turística (Registro Oficial N°241, 2014).

Por último, el vehículo debe poseer de:

- “Cinturón de seguridad en cada uno de los asientos, incluido el del conductor, considerando además que los asientos próximos a las puertas, primeras filas, conductor y conductor alterno, deberán poseer cinturón de tres puntos; también debe haber un sistema de audio, sistema de aire acondicionado y calefacción, equipo extintor de incendios, botiquín de primeros auxilios, dos triángulos de seguridad y recipiente para depositar desechos” (Registro Oficial N°241, 2014).

Esto permitiría una protección y seguridad absoluta para los niños de la ciudad de Quito y además haría que los padres de familia se sientan seguros de que sus hijos van a trasladarse en un vehículo que cumple con los requisitos que estipula la ley.

3.2.3 Aspectos ambientales

3.2.3.1 Matriz de mitigación de impactos ambientales (probabilidad, impacto)

Para la determinación del grado de impacto ambiental del proyecto, se procedió a la realización de una matriz de probabilidad de impacto ambiental que sirve para identificar los riesgos y señalar posibles actividades de mitigación.

Tabla 6 Matriz Ambiental

ESTUDIO AMBIENTAL PARTE DEL ESTUDIO TÉCNICO MATRIZ DE PROBABILIDAD - IMPACTO							
RIESGOS	Calif.	PROBABILIDAD	Calif.	IMPACTO	Suma	ACCIONES	DETALLE
Impresión de hojas para el registro de los niños, contratos, informes, etc.	1	Baja	1	leve	2	Reciclar	Reciclar hojas
Uso de la buseta	2	Media	2	Moderado	4	Controlar	Realizar chequeos correspondientes como por ejemplo: el tubo de escape
Manejo de la basura en las visitas a los sitios turísticos	1	Baja	1	leve	2	Reemplazar	Poseer costales reciclados para poder depositar la basura que generen los niños.
				Total	8		
				Sobre	18		
				%	44%		

Adaptado por elaboración propia, (2019).

En la tabla 6 se puede observar que la matriz ambiental tiene 3 niveles de probabilidad ya sea alta, media o baja, calificando a la probabilidad alta con 3 puntos, media con 2 puntos y baja 1 punto, mientras que los tipos de impacto hay: severo, moderado y leve, calificando con 3 puntos a severo, 2 puntos moderado y 1 punto como leve.

Para el análisis de resultado se suma la probabilidad más el impacto lo que quiere decir que para la ejecución de la empresa se identificó que existe un impacto ambiental del 44% significando un nivel medio de daño al ambiente.

Por último, uno de los factores que está causando más riesgo al ambiente es el uso de la buseta y para controlar este riesgo se deberá realizar chequeos y mantenimientos constantes al tubo de escape, motor etc.

3.3 Estudio financiero

3.3.1 Resumen de inversiones, costos e ingresos.

En la presente tabla para el año 0 se puede apreciar un total de 63.272 dólares en inversiones, que contiene: valor total de activo fijo, activo diferido y capital de trabajo. Al año 1 se muestran los costos de producción con un total de 45.952 dólares, gastos administrativos 53.043 dólares y gasto de ventas 11.531 dólares.

Tabla 7 Cédula presupuestaria resumen de inversiones, ingresos y gastos para el año

1

AÑOS	Año 0	Año 1
VENTAS		128.450
INVERSIONES	63.272	
Activo Fijo	31.875	
Activo Diferido	3.765	
Capital de Trabajo	27.632	
Costos de Producción		45.952
Costo Directo		40.192
Materia prima		14.755
Mano de obra		25.437
Costo Indirecto		5.760
Materiales Indirectos		1.440
Mano de obra indirecta		4.320
Otros indirectos		
Gastos Administrativos		53.043
Sueldos		41.180
Suministros de oficina		550
SSBB y mantenimientos de equipos		10.954
Internet		360
Otros Administrativos		-
Gastos de ventas		11.531
Sueldos vendedores		7.019
Comisiones		702
Publicidad		210
Otros gastos de ventas (web management)		3.600

Adaptado por elaboración propia, (2019).

Para el año cero se requiere más invertir en activos fijos a diferencia de activos diferidos y capital de trabajo. Para el año uno se tiene gastos más altos en el área administrativa y menos gastos en el área de ventas.

3.3.2 Determinación del capital de trabajo

El capital de trabajo “es la cantidad de dinero que la empresa necesita para mantener el giro habitual del negocio” (Revista Escuela de Administración de Negocios, 2007, p.103).

Se ha calculado el capital de trabajo tomando en cuenta los costos de producción más los gastos operacionales dando un valor anual de 110.526 dólares, a este valor se lo divide para 12 meses que tiene el año y por último multiplicando por 3 meses de desfase.

Tabla 8 Cálculo del Capital de Trabajo

	Costos de producción	45.952
(+)	Gastos operacionales	64.575
(-)	Depreciaciones	
(-)	Amortizaciones	
(=)	Total anual	110.526
(/12=)	Valor mensual	9.211
(* desfase)	Desfase (entre 3 y 6 meses)	3
(=)	Capital de trabajo	27.631,52

Adaptado por elaboración propia, (2019).

Esta forma se puede apreciar que el valor total del capital de trabajo es de 27.631.52 dólares, concluyendo que servirá para el funcionamiento de la empresa.

3.3.3 Determinación de la tasa mínima aceptable de rendimiento TMAR

La Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable

“La Tasa de Rendimiento Mínima Aceptable es la tasa que representa una medida de rentabilidad, la mínima que se le exige al proyecto de tal manera que permita cubrir la totalidad de la inversión inicial, los egresos de operación, los intereses que deben pagarse por aquella parte de la inversión financiada con capital ajeno a los inversionistas del proyecto, los impuestos, la rentabilidad que el inversionista exige a su propio capital invertido” (Agroproyectos, 2018).

En la tabla 7 se puede identificar que la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento se calcula en base al promedio ponderado y el riesgo país. El riesgo país hasta el 28 de julio del 2019 es de 574 (Banco Central del Ecuador, 2019).

Tabla 9 Cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

Cálculo de la tasa mínima aceptable TREMA

Fuente	Aporte \$	% Aporte	% q quieren ganar	% Prom Ponderado
Socios	12.654	20,00%	25,00%	5,00%
Otros Inversionistas	-	0,00%	0,00%	0,00%
Bancos	50.617	80,00%	10,21%	8,17%
Total Inversión \$	63.272	100,00%	(=) Promedio ponderado	13,17%
			(+) Riesgo País	5,74%
Inversiones	63.272		(=)TREMA	18,91%

Adaptado por elaboración propia, (2019).

La rentabilidad que se puede observar a través de la tabla 7 es un promedio de 18.91%, por el cual, al hacer el cálculo del VAN se va a conocer si el proyecto es viable o no.

3.3.4 Calendario de inversiones.

Para el calendario de inversiones se ha considerado como pre operación un tiempo máximo de 3 meses, de tal forma que los activos fijos y diferidos distribuyan en este tiempo mientras que el capital de trabajo únicamente se invierta en el tercer mes como se puede apreciar en la tabla n°8.

Tabla 10 Cálculo de la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento

No.	DETALLE	PRE- OPERACIÓN	PRE- OPERACIÓN				
			AÑO	0	1 mes	2 mes	3 mes
1	INVERSIÓN FIJA	31.875		15.500	10.300	6.075	31.875
	Equipos y herramientas	840					
	Muebles y Equipos de Oficina	1570					
	Equipo de computo	4465					
	Vehículo	25000					
2	INVERSION DIFERIDA	3765		2500	500	765	3765
	Gasto de constitución	2415					
	Creación de la página web	1350					
3	CAPITAL DE TRABAJO	27.632				27.632	27.632
TOTAL				18.000	10.800	34.472	63.272
TOTAL DE LA INVERSIÓN							

Adaptado por elaboración propia, (2019).

En la tabla 8 muestra que el primer mes se invertirá 18.000 dólares, en el segundo mes un valor de 10.800 dólares y en el tercer mes un total de 34.472 dólares; es decir que en el mes con más dinero a invertir es mes tres.

3.3.5 Depreciaciones y amortizaciones

Depreciaciones

Las depreciaciones son “parte de los costos de los activos fijos que se deduce de los ingresos anuales a través del tiempo” (Gitman & Zutter, 2012, p.108).

Los activos fijos de la empresa cuentan con un cierto porcentaje de depreciación en un tiempo estimado, como, por ejemplo: muebles y enseres junto con herramientas y equipos se deprecian al 10%, los equipos de cómputo al 33% y vehículo al 20% (Ver anexo 22).

Tabla 11 Depreciaciones

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Depreciaciones	6.729	6.729	6.729	5.241	5.241
Amortizaciones	753	753	753	753	753

Adaptado por elaboración propia, (2019).

En la tabla 9 se muestra las depreciaciones totales desde el año 1 hasta el año 5. A cada activo se lo calcula con el porcentaje en depreciarse por el valor de la compra, una vez calculado cada uno de estos activos se procede al sumatorio total dando como resultado 6.720 hasta el año 3, mientras que el año 4 y 5 el valor es de 5.241 ya que no se ha considerado los equipos de cómputo porque solo se deprecian hasta el tercer año.

Amortizaciones

La amortización “es la pérdida del valor de los activos o pasivos con el paso del tiempo. Esta pérdida, que se debe reflejar en la contabilidad, debe tener en cuenta cambios en el precio del mercado u otras reducciones de valor” (Debitoor, s, f).

Para este cálculo se tomó en cuenta los activos diferidos dividiéndolos sobre 5 porque hasta este tiempo tendrían valor dichos activos; es así como se obtendrá un total de 753 dólares anuales.

Amortizaciones de préstamo

Se tomó en cuenta mediante el préstamo bancario lo siguiente:

A la institución bancaria se pedirá un préstamo de 50.617 dólares otorgando un interés de 9.50% a un plazo de 5 años, pagando de manera semestral

Tabla 12 Financiamiento

Años	Semestre	Deuda	Interés vencido	Capital Pagado	Cuota de pago	Saldo
1	1	50.617	2.404	4.071	6.476	46.546
	2	46.546	2.211	4.265	6.476	42.281
2	3	42.281	2.008	4.467	6.476	37.813
	4	37.813	1.796	4.680	6.476	33.134
3	5	33.134	1.574	4.902	6.476	28.232
	6	28.232	1.341	5.135	6.476	23.097
4	7	23.097	1.097	5.379	6.476	17.718
	8	17.718	842	5.634	6.476	12.084
5	9	12.084	574	5.902	6.476	6.182
	10	6.182	294	6.182	6.476	0
			14.141	50.617	64.758	

Adaptado por elaboración propia, (2019).

Para el cálculo de amortización de préstamos se sumó el capital pagado de cada semestre durante los 5 años, obteniendo a continuación el siguiente resultado:

Tabla 13 Amortizaciones de préstamo

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos Financieros	4615,24	3804,47	2914,86	1938,72	867,64
Amortización préstamo	8336,39	9147,16	10036,77	11012,91	12083,99

Adaptado por elaboración propia, (2019).

Es así como se apreció en la tabla, que las amortizaciones ascienden hasta el año 5 con un total de 12083.99 dólares.

3.3.6. Flujo de efectivo neto

“El flujo de efectivo neto es reportar los flujos de entrada y salida de efectivo en una empresa durante un periodo” (Horne & Wachowicz, p.176).

Tabla 14 Flujo de Efectivo Neto

AÑOS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS		128.450	138.166	148.616	159.857	171.948
INVERSIONES						
Activo Fijo	-	31.875				
Activo Diferido	-	3.765				
Capital de Trabajo	-	27.632				
Total inversiones	-	63.272				
(-) Costos de Producción (% de ventas del año1)		45.952	49.427	53.166	57.187	61.512
(-) Gastos Administrativos		53.043	53.043	53.043	53.043	53.043
(-) Gastos de ventas		11.531	11.531	11.531	11.531	11.531
(-) Depreciaciones		6.729	6.729	6.729	5.241	5.241
(-) Amortizaciones		753	753	753	753	753
(-) Gastos Financieros		4.615	3.804	2.915	1.939	868
Utilidad en Operación		5.827	12.877	20.479	30.163	39.000
(-) 15% Trabajadores		874	1.932	3.072	4.524	5.850
(=) Utilidad antes de impuestos		4.953	10.946	17.407	25.639	33.150
(-) 22% Impuestos		1.090	2.408	3.830	5.640	7.293
Utilidad Neta		3.863	8.538	13.578	19.998	25.857
(+) Depreciaciones		6.729	6.729	6.729	5.241	5.241
(+) Amortizaciones		753	753	753	753	753
(+) Capital de trabajo						27.632
(+) Valor en libros						- 1.772
(+) Crédito Recibido	50.617					
(-) Amortización de préstamos		8.336	9.147	10.037	11.013	12.084
(=) Flujo de Efectivo Neto	-	12.654	3.009	6.873	14.979	45.627
Flujo descontado	-	12.654	2.531	4.861	6.556	19.194
Flujo descontado acumulado	-	12.654	(10.124)	(5.263)	1.294	27.980

Adaptado por elaboración propia, (2019).

En la tabla 13 se puede identificar el flujo de efectivo neto de la empresa en un periodo de 5 años; hasta el cuarto año se calculó sumando la utilidad neta, depreciaciones, amortizaciones menos las amortizaciones de préstamos; para el quinto año se aumenta la suma del capital de trabajo y el valor en libros dando un total de 45. 627 mil dólares.

3.3.7 Cálculo de criterios de evaluación:

Tasa interna de retorno (TIR)

La tasa interna de retorno garantiza si la empresa ganará una tasa de rendimiento. Según Gitman & Zutter (2012) comentan que:

“La tasa interna de rendimiento (TIR) es la tasa de descuento que iguala el VPN de una oportunidad de inversión con \$0 (debido a que el valor presente de las entradas de efectivo es igual a la inversión inicial); es la tasa de rendimiento que ganará la empresa si invierte en el proyecto y recibe las entradas de efectivo esperadas” (p.372).

Por lo siguiente se ha calculado que la empresa cuenta con un 65% de tasa interna de retorno y el costo de capital tiene un porcentaje de 18.91% lo que quiere decir que es aceptable el proyecto ya que la tasa es mayor que el costo de capital.

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto según Gitman & Zutter (2012), explica que es la “técnica más desarrollada de elaboración del presupuesto de capital; se calcula restando la inversión inicial de un proyecto del valor presente de sus flujos de entrada de efectivo descontados a una tasa equivalente al costo de capital de la empresa” (p.368).

De acuerdo a la explicación anterior, el proyecto tiene valor actual neto de 27.980 dólares ilustrando un proyecto aceptable porque es mayor a cero y la empresa podrá obtener un alto rendimiento mayor al costo del capital.

Relación Beneficio/Costo (B/C)

La relación beneficio y costo permite analizar mediante cifras en dólares la evaluación del impacto financiero acumulado que el proyecto quiere lograr (Sociedad Latinoamericana para la Calidad, 2000, p.01).

Por tal motivo se ha procedido a realizar lo siguiente:

Tabla 15 Beneficio/costo

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Beneficios (Ventas)		128.450	138.166	148.616	159.857	171.948
Costos	12.654,30	124.587	129.628	135.039	139.859	146.091

Adaptado por elaboración propia, (2019).

Para la determinación de los beneficios ventas se ha tomado desde el año 1 hasta el año 5 a diferencia de costos donde se consideró desde el año cero al año 5.

El valor total de costos fue la sumatoria de: costos de producción, gastos administrativos, gastos de ventas, depreciaciones, amortizaciones, gastos financieros, 15% trabajadores y 22% impuestos.

A continuación, se procederá al cálculo final

Beneficio Costo	VAN Beneficios	446.436,94	= 1,0608044
	VAN Costos Operación	420.847,57	

El Valor Actual Neto de beneficios sobre Valor Actual Neto costos de operación dio un total de mayor a 1 lo que significa que es aceptable.

Período de recuperación de la inversión PRI.

El PRI según según Gitman & Zutter (2012) dice que es, “tiempo requerido para que una compañía recupere su inversión inicial en un proyecto, calculado a partir de las entradas de efectivo” (p.364).

Para el proyecto se calculó que el tiempo en recuperar la inversión será de 2 años, 9 meses y 18 días lo que quiere decir que es un tiempo acorde y moderado.

3.3.8 Estados financieros proyectados.

El estado de resultados se lo conoce como estado de pérdidas y ganancias; dicho estado indica el resumen de la parte financiera del proyecto a ejecutar en un periodo de tiempo establecido (Gitman & Zutter, 2012, p.53).

Tabla 16 Estado de Resultados

AÑOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	128.450	138.166	148.616	159.857	171.948
(-) Costos de Producción (% de ventas del año1)	45.952	49.427	53.166	57.187	61.512
(-) Gastos Administrativos	53.043	53.043	53.043	53.043	53.043
(-) Gastos de ventas	11.531	11.531	11.531	11.531	11.531
(-) Depreciaciones	6.729	6.729	6.729	5.241	5.241
(-) Amortizaciones	753	753	753	753	753
(-) Gastos Financieros	4.615	3.804	2.915	1.939	868
Utilidad en Operación	5.827	12.877	20.479	30.163	39.000
(-) 15% Trabajadores	874	1.932	3.072	4.524	5.850
(=) Utilidad antes de impuestos	4.953	10.946	17.407	25.639	33.150
(-) 22% Impuestos	1.090	2.408	3.830	5.640	7.293
Utilidad Neta	3.863	8.538	13.578	19.998	25.857

Adaptado por elaboración propia, (2019).

En la tabla 11 señala que el estado de resultados para el presente proyecto está estimado a 5 años donde se evidencia la utilidad de operación y la utilidad neta. La utilidad de operación se calcula sumando todos los costos, gastos, depreciaciones, amortizaciones y restando de las ventas anuales, mientras tanto para la utilidad neta se calcula restando el 15% de los trabajadores y 22% de impuestos.

Balance General

El balance inicial de la empresa está compuesto de activos, pasivos y patrimonio; se ha considerado como activo corriente a bancos tomando el valor total de la inversión (63.272 dólares) menos el valor del activo no corriente (31.875 dólares) y menos otros activos (3.765).

En cuanto a Pasivo corriente están las cuentas por pagar, colocando el valor de la deuda del primer año de la tabla de amortizaciones. En pasivo no corriente está el préstamo bancario (50.617 dólares) menos las cuentas por pagar. El patrimonio tiene como valor el flujo de efectivo neto del año 0; por último, se puede comprobar que tanto en activos como la suma de pasivos y patrimonio dio un valor equivalente de 63271.52 dólares que es el valor de inversión.

Ilustración 2 Balance Inicial

BALANCE INICIAL			
ACTIVO		PASIVO	
Activo Corriente		corriente	deudas menos un año
Bancos	27631,52	cuentas por pagar	8336,39
		<u>Total de pasivo corriente</u>	8336,39
		No corriente	
		credito bancario	42280,83
<u>Total de activo corriente</u>	27631,52	<u>Total de pasivo no corriente</u>	42280,83
Activo No corriente (Fijo)			
equipos y herramientas	840	PATRIMONIO	
muebles y equipos de oficina	1570	Capital	12654,304
equipo de computo	4465		
Vehiculo	25000		
<u>Total de activo no corriente</u>	31875		
Otros Activos			
Creación de la página web	1350		
Gastos de constitución	2415		
<u>Total de otros activos</u>	3765		
Total Activo	63271,52	Total Pasivo + Patrimonio	63271,52

3.3.9 Punto de equilibrio.

El Punto de Equilibrio permite identificar el nivel de las operaciones que se necesita para cubrir los costos; además realiza una evaluación para determinar la rentabilidad ligada con varios niveles de las ventas (Gitman & Zutter, 2012, p.456).

Costos Fijos y Variables:

“Los costos fijos son aquellos que la empresa debe pagar en un periodo determinado independientemente del volumen de ventas durante ese periodo mientras que los costos variables cambian de manera directa con el volumen de ventas” (Gitman & Zutter, 2012, p.456).

Tabla 17 Costos Fijos y Variables

N°	Detalle	Año 1	Costo Fijo	Costo Variable
1	Materiales Indirectos	1.440	1.440	
2	Mano de obra indirecta	4.320	4.320	
3	Sueldos	41.180	41.180	
4	Suministros de oficina	550	550	
5	SSBB y mantenimientos de equipos	10.954	10.954	
6	Internet	360	360	
7	Sueldos vendedores	7.019	7.019	
8	Publicidad	210	210	
9	Otros gastos de ventas (web management)	3.600	3.600	
10	Materia prima	14.754,50		14.754,50
11	Mano de obra	25.437,00		25.437,00
12	Comisiones	702		702
13	Amortizaciones	6.729	6.729	
14	Depreciaciones	753	753	
Total		118.008	77.115	40.893,42

Adaptado por elaboración propia, (2019).

Cálculo del Punto de Equilibrio

La fórmula para calcular el punto de equilibrio es:

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

$$PE \text{ VENTAS} = \frac{77.115}{1 - \frac{40.893,42}{128.450,40}}$$

$$PE \text{ VENTAS} = 113.131,49$$

El proyecto tiene como resultado un punto de equilibrio en ventas de \$113.131,49; lo que quiere decir que a partir de este resultado se podrá generar utilidades.

3.3.10 Análisis de sensibilidad.

Según Gitman & Zutter (2012) explica, “el Método para evaluar el riesgo considerando varias alternativas posibles (o escenarios) con la finalidad de obtener una percepción del grado de variación entre los rendimientos (p.290).

En el análisis de sensibilidad se estableció aumentar 1% más al mercado objetivo que el proyecto destinó; es así que se de acuerdo al dato de demanda insatisfecha 144,813 multiplicamos por el 5% de mercado objetivo, dando un total de **7,240 unidades a producir**.

Por último, se estableció un cambio en las ventas proyectadas hasta el año 2022 como se puede observar a continuación:

Tabla 18 Estado de Resultados

AÑO	Ventas Proyectadas \$
Año 1	157.400
Año 2	169.305
Año 3	182.111
Año 4	195.885
Año 5	210.701

Adaptado por elaboración propia, (2019).

Desde el año 2018 se asume ventas de 157.400 dólares y en el año 2022 ventas de 210.701 dólares.

Conclusiones del estudio financiero

Al finalizar con los cálculos y procedimientos financieros se determinó que el proyecto es factible debido a los siguientes criterios:

- Como resultado del valor actual neto se obtuvo un número positivo de 27.980 dólares lo que quiere decir que el proyecto es viable.
- La tasa interna de retorno es mayor a la tasa de rendimiento mínimo aceptable, $65\% > 18.91\%$, por lo que el proyecto es factible.
- La relación beneficio costo beneficio, dio como resultado mayor a 1, $B/C = 1.06$ lo que significa que es conveniente invertir en el proyecto.
- El periodo de recuperación de la inversión es de 2 años, 9 meses, 18 días determinando un tiempo óptimo para poder recuperar el dinero invertido, es por ello que el proyecto será atractivo.

Recomendaciones del estudio financiero

- Se considera generar otras ventas que ayuden a la empresa a generar un mejor recurso económico.
- Lo más óptimo sería incrementar promotores para llevar una mejor gestión en las actividades con niños.
- Implementar un gasto para contratar personal de seguridad privada para el cuidado de los niños.

Conclusiones Generales

- El proyecto considerado como una investigación de tipo exploratoria y descriptiva, partió en indagar sobre empresas nacionales e internacionales dedicadas a la realización de actividades con niños, también se alcanzó la búsqueda de aspectos legales enfocadas al cuidado de los niños y derechos que permitan al niño aprender, divertirse, estudiar, jugar etc. En el Ecuador faltan empresas de turismo que brinden servicios enfocados únicamente a este tipo de demanda y leyes turísticas que ayuden a los niños conocer distintos lugares del país.

- Se realizaron distintos estudios para la creación de esta empresa turística con niños en la ciudad de Quito, primero se elaboró el estudio de mercado, en este estudio se identificó a la competencia existente como: Quito Eterno, esta empresa tiene casi las mismas características que desea cumplir el presente proyecto.

- Por otro lado, se realizó encuestas a un gran número de padres de familia concluyendo que ellos estarían interesando en hacer que sus hijos sean partícipes de estas actividades. El porcentaje de aceptación de este servicio fue del 99% según las encuestas realizadas

- En el estudio legal, organizacional y ambiental se determinó todo el personal necesario para formar parte de esta idea empresarial; cada uno debe cumplir ciertos requisitos y realizará varias funciones ayudando al logro de objetivos de la misma. De igual manera se investigó los principales permisos y requisitos que se requiere; como también se identificó que dicho proyecto no generará un alto nivel de impacto ambiental pero el poco daño que se cause ya tiene plasmadas medidas de control que sean amigables con el ambiente.

- Según el estudio técnico y financiero identificó a esta idea como un proyecto factible, para ello se requiere de una inversión de 63.272 dólares en donde los socios aportarán el 20% y el banco financiará el 80%, el VAN de la

empresa alcanzó un valor positivo de 27.980 dólares, TIR de 65%, TREMA de 18,91% y el periodo de recuperación será en 2 años, 9 meses, 18 días.

- Finalmente, se concluye como un plan viable, de acuerdo al análisis de cada uno de los estudios presentados anteriormente. Un proyecto que permite la conservación de sitios y legados culturales en los niños de la ciudad de Quito. El trabajo final dio como fruto un desarrollo de un nuevo enfoque turístico, nuevo porque en el Ecuador aún no se ha evidenciado este tipo de proyecto en el cual debería aplicarse para que el turismo crezca e incluso para que cada lugar sea valorado y conservado desde los niños hasta adultos. De igual manera, el turismo infantil puede ayudar a generar más normas y leyes enfocadas a la protección y cuidado de niños y niñas.

Recomendaciones

- Implementar un plan de seguridad con niños al momento de realizar una visita turística en la ciudad de Quito con la finalidad de evitar cualquier accidente y estén alerta a cualquier situación que puede ocurrir en una visita turística.
- Fomentar más actividades con enfoque cultural como: la realización de vasijas o interpretaciones musicales, ejemplo: el pasillo ecuatoriano, esto permitiría salvaguardar la cultura del país en futuras generaciones. Para que esto pueda aplicarse hay que invertir más dinero, pero se podría ejecutar en próximos años por medio de una planificación.
- Establecer convenios con instituciones u organizaciones públicas y privadas permitiendo mayor accesibilidad a ciertos sitios que sean de interés para los niños como: teatros, casas patrimoniales y escuelas de artes.
- Implementar visitas turísticas entre padres e hijos, en donde los padres de familia también disfruten y recuerden cómo era su niñez. Esto permitiría que las familias vivan experiencias inolvidables, como también se sentirían seguros de los servicios que está brindando la empresa.
- Analizar más sitios de interés a nivel nacional donde se generé mayores ideas y alternativas con los padres y sus niños logrando que la empresa turística sea reconocida en todo el país.

REFERENCIAS

- Agroproyectos. (2018). *Tasa Mínima Aceptable*. Recuperado de <https://www.agroproyectos.org/que-es-la-trema/>
- Alventus Viajes. (2016). *Sobre Nosotros*. Recuperado de <https://www.alventus.com/viajes>
- Asociación Española para la Calidad. (2003). *Herramientas para grupos de participación*. Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=g2HgEn_AkPMC&pg=PA45&dq=que+un+flujograma&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwiwsr-9ud_jAhULyFkKHX0aCjgQ6AEIUDAH#v=onepage&q=que%20un%20flujograma&f=false
- Banco Central del Ecuador. (2019). *Riesgo país*. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/>
- Bob y Blue . (2017). *Hacemos realidad los sueños de los peques*. Recuperado de <http://bobyblue.com/viajes-en-familia/>
- Cañas, R., Casanova, P., Duran, F., Feito, J., & Serrano, R. (2012). *Temario técnico educación infantil: Castilla y León*. Editorial Paraninfo (libro electrónico). Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=iQ2dVbty6AkC&pg=PT77&lpg=PT77&dq=Ayuda+al+ni%C3%B1o+a+desarrollar+sus+capacidades+motoras,+mentales,+sociales,+afectivas+y+emocionales;&source=bl&ots=bP5lK1Ctbm&sig=ACfU3U2Qot1Lbdop_5cRlwJyjKicYY8IMA&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwjVwtHwhTjkAhVQuVvkKHxNcSC4MQ6AEwA3oECAYQAQ#v=onepage&q=Ayuda%20al%20ni%C3%B1o%20a%20desarrollar%20sus%20capacidades%20motoras%2C%20mentales%2C%20sociales%2C%20afectivas%20y%20emocionales%3B&f=false
- Capdevila, M. L. S. (2008). Ocio y tiempo libre en los centros educativos. *Bordón. Revista de pedagogía*, 60(4), 51-61.
- Chacón, M. (2003). *Historia y políticas nacionales de conservación*. Costa Rica: EUNED. (libro electrónico). Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=k5Ua5jn58yAC&printsec=frontcover&dq=Historia+y+pol%C3%ADticas+nacionales+de+conservaci%C3%B3n&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiwvJK2huXbAhWhxVkkHRw1CP0Q>

6AEIKjAA#v=onpage&q=Historia%20y%20pol%C3%ADticas%20nacionales%20de%20conservaci%C3%B3n&f=false

Comunicación personal 1, Espinoza. (2018/05/09). El turismo con niños y las agencias de viajes. (K. Romero, entrevistador)

Debitoor. (sin fecha). *Activo Fijo*. Recuperado de <https://debitoor.es/glosario/activo-fijo>

Debitoor. (sin fecha). *Amortizaciones*. Recuperado de <https://debitoor.es/glosario/definicion-amortizacion>

Decameron. (2018). *La Morería: Hacienda Temática*. Recuperado de <https://www.decameron.com/es/ec-la-moreria>

Ecuador Legal Online. (2019) *Beneficios Sociales del trabajador en Ecuador*. Recuperado de <http://www.ecuadorlegalonline.com/laboral/aporte-patronal-iess/>

Ecuador Turístico. (2018). *Parque Acuático Planeta Azul*. Recuperado de <https://www.ecuador-turistico.com/2018/02/parque-acuatico-planeta-azul.html>

El Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia. (2006). Convención sobre los derechos del niño. 20 noviembre de 1989. UNICEF Comité Español.

Esteve, R. , Torres, E., García, G., & Rojo, M. (2006). *Estructura de mercados turísticos*. Barcelona, España: Editorial UOC (libro electrónico). Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=WSkyO-x2EZAC&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onpage&q&f=false

Estivill, E. (2015). *Niños descansados, niños felices*. España: Penguin Random House Grupo Editorial España (libro electrónico). Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=x9rABgAAQBAJ&pg=PT48&dq=tiempo+libre+en+los+niños&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwiM_pHpgOHbAhWotVkkKHUn7BwwQ6AEIQzAG#v=onpage&q=tiempo libre en los niños&f=false

- Gallego, J., & Melendo, R. (2009). *Diccionario de Hostería y Turismo, Restaurante y Gastronomía, Cafetería y Bar*. Madrid, España: Thomson Editores Spain.
- Gitman, L., & Zutter, C. (2012). *Principios de administración financiera*. México: Pearson educación (libro electrónico). Recuperado de <https://educativopracticas.files.wordpress.com/2014/05/principios-de-administracion-financiera.pdf>
- Grandespymes. (2019). *¡Comunicación!: Factor de Éxito o Fracaso en el Manejo de Equipos*. Recuperado de <https://www.grandespymes.com.ar/2017/01/07/comunicacion-factor-de-exito-o-fracaso-en-el-manejo-de-equipos/>
- Gregorio, A. G. (2008). *La recreación en la niñez: conceptualización, características y aportes desde la recreación al desarrollo de los niños*. (Tesis de pregrado). Universidad Nacional de Mar del Plata, Argentina.
- Gómez, M., Mondéjar, J., & Sevilla, C. (2005). *Gestión del turismo cultural y de ciudad*. Cuenca, España: Universidad de Castilla La Mancha (libro electrónico). Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=le0VnChebG0C&pg=PA95&dq=que+es+demandaturistica&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwid342C6tXbAhUkp1kKHQVIDXo4ChDoAQgMAQ#v=onepage&q=que%20es%20demanda%20turistica&f=false>
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. México, México: Grupo Editorial Patria (libro electrónico). Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=5erhBAAAQBAJ&printsec=frontcover&source=gbs_ge_summary_r&cad=0#v=onepage&q&f=false ISBN= 978-607-438-875-6
- Hillary Nature Resort & Spa. (2018). *Actividades*. Recuperado de <https://www.hillaryresort.com/actividades/entretenimiento/>
- Hotel del juguete. (2018). *Hotel del juguete*. Recuperado de <https://www.hoteldeljuguete.com/es/ofertas.html>

- Huerta, R. (2008). *Consideraciones sistémicas en el estudio de factibilidad de una DMC especializada en el turismo infantil* (tesis de pregrado). Instituto Politécnico Nacional Escuela Superior de Turismo, México.
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2010). *Ecuador en Cifras. Recuperado de* <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/proyecciones-poblacionales/>.
- Instituto Nacional de Patrimonio Cultural. (2017). *Quito*. Recuperado de <http://patrimoniocultural.gob.ec/quito/>
- Kushano, E. S. (2013). Turismo Infantil: una propuesta conceitual. *Turismo e Sociedade*, 6(1).
- Lexpro. (2019). *Todo referente a trámites*. Recuperado de <http://www.lexproec.com/asesoria-legal-en-materia-societaria.html>
- Malhotra, N. K. (2008). *Investigación de mercados: un enfoque aplicado*. México: Pearson educación.
- Masia, J., & Plaza, D. (2011). Ocio, deporte y turismo. Situación actual y líneas de negocio. *Revista Deporte y Sociedad*, 6(16), 1-31.
- Méndez, P. (1997). *Diagnostico e investigación del turismo y su incidencia en la educación infantil en la ciudad de Quito* (tesis de pregrado). Universidad Tecnológica Equinoccial, Ecuador.
- Ministerio de Salud Pública del Ecuador Coordinación Nacional de Nutrición. (2011). *Normas de Nutrición para la prevención secundaria y control del sobrepeso y la obesidad en niñas, niños y adolescentes*. Quito–Ecuador. Recuperado de <https://aplicaciones.msp.gob.ec/salud/archivosdigitales/documentosDirecciones/dnn/archivos/PREVENCIÓN%20PRIMARIA.pdf>
- MrJoy. (2019). *Centro Comercial El Recreo y Condado Shopping*. Recuperado de https://mrjoy.com.ec/?gclid=Cj0KCQjwilLsBRCGARIsAHKQWLPVG2kCifuoIhJuiPlpi8SaXIXfHNEUfzpUKWZBQCNIx3rYsQFpvTUaArsIEALw_wcB

- Munné, F., & Codina, N. (1996). *Psicología Social del ocio y el tiempo libre*. Álvaro, JL; Garrido, A.; Torregrosa, JR *Psicología Social Aplicada*. Madrid: McGraw-Hill.
- Nacional Financiera. (2004). *Fundamentos de negocio*. Recuperado de https://www.nafin.com/portalnf/files/secciones/capacitacion_asistencia/pdf/Fundamentos%20de%20negocio/Contabilidad/contabilidad1_2.pdf
- Naciones Unidas Ecuador. (2019). *UNICEF en el Ecuador*. Recuperado de <https://www.un.org.ec/agencias-de-la-onu-en-ecuador/unicef/>
- Navas, M.J., Fidalgo, Á., Concepción, G., Suarez, J.C., Briosó, Á., Gil, G., Martínez, A., & Sarría, E. (2012). *Métodos, diseños y técnicas de investigación psicológica*. Madrid, España: Editorial UNED (libro electrónico). Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=zbKzhysHsxUC&oi=fnd&pg=PP1&dq=M%C3%A9todos,+dise%C3%B1os+y+t%C3%A9cnicas+de+investigaci%C3%B3n+psicol%C3%B3gica+UNIDAD+DID%C3%81CTICA&ots=Lf74YXv_GJ&sig=17Mpe-9hM9DZn2xMyauDLtqF35s#v=onepage&q=entrevista%20es%20un%20procedimiento%20&f=false
- OBS Business School. (2019). *Costos directos e indirectos de un proyecto*. Recuperado de <https://www.obs-edu.com/int/blog-project-management/viabilidad-de-un-proyecto/costos-directos-e-indirectos-de-un-proyecto>
- Op & Kids. (2018). *Nosotros*. Recuperado de <https://www.opandkids.com/>
- Orduna, G., & Urpí, C. (2010). Turismo cultural como experiencia educativa de ocio. *Polis. Revista Latinoamericana*, (26).
- Organización Mundial de Turismo. (21 de diciembre 2001). *Código Ético Mundial para el Turismo*. Quito. Recuperado de http://www.cultura.gob.mx/turismocultural/documentos/pdf/codigo_etico_OMT.pdf

Organización Mundial del Turismo. (2013). *Notas Metodológicas de la base de datos de estadísticas de Turismo*. Madrid, España. Recuperado de <http://www2.unwto.org/sites/all/files/docpdf/2013methonotessp.pdf>

Quesada, R. (2006). *Elementos del turismo*. San José, Costa Rica: EUNED (libro electrónico). Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=z8SgCXUIsGUC&pg=PR6&dq=Elementos+del+turismo.+San+Jos%C3%A9&hl=es419&sa=X&ved=0ahUKEwi63CYhuXbAhUPxVkkHYh3DEgQ6AEIKjAA#v=onepage&q=Elementos%20del%20turismo.%20San%20Jos%C3%A9&f=false>

Quito Eterno. (2018). *Rutas de las leyendas educativas*. Recuperado de <http://www.quitoeterno.org/cgi-bin/wd/?pg=39>

Quito Turismo. (2014). *10 actividades que no te puedes perder en tu visita a Quito*. Retrieved from <https://www.quito-turismo.gob.ec/noticias/actualidad-2015/1111-10-actividades-que-no-te-puedes-perder-en-tu-visita-a-quito>

Quito Turismo. (2019). *Agencias de viaje, requisitos generales*. Recuperado de <https://www.quito-turismo.gob.ec/la-institucion/56-nuestros-servicios/registro-turistico/406-agencias-de-viaje>

Registro Oficial N°733. (2002). *Ley de Turismo*. Quito. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/biblioteca/>

Registro Oficial N°737. (2003). *Código de la niñez y adolescencia*. Quito. Recuperado de <http://www.lexis.com.ec/website/recursos/leyes/LeyesReglamentos.aspx>

Registro Oficial N° 167. (2005). *Código de Trabajo*. Quito. Recuperado de <http://www.lexis.com.ec/leyes-y-reglamentos-importantes/>

Registro Oficial N°449. (2008). *Constitución de la República del Ecuador*. Montecristi. Recuperado de <http://www.lexis.com.ec/website/recursos/leyes/LeyesReglamentos.aspx>

Registro Oficial N°241. (2014). *Reglamento de Transporte Terrestre*. Quito. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/biblioteca/>

Registro Oficial N° 312. (2014). *Ley de compañías*. Quito. Recuperado de <http://www.lexis.com.ec/leyes-y-reglamentos-importantes/>

Registro Oficial N° 244. (2015). *Reglamento General a La Ley de Turismo*. Quito. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/REGLAMENTO-GENERAL-LEY-TURISMO.pdf>

Registro Oficial N°783. (2016). *Reglamento de Operación e Intermediación Turística*. Quito. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/biblioteca/>

Revista Escuela de Administración de Negocios. (2007). *El capital de trabajo neto y el valor en las empresas*. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/206/20611495011.pdf>

Sampieri, R., Fernández, C., & Baptista, P. H., (2010). *Metodología de la investigación Quinta edición*. México: Mc Graw Hill.

Sancho, A., & Buhalis, D. (1998). *Introducción al turismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo.

Sanz, M. J. M. (2015). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid, España: ESIC Editorial (libro electrónico). Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=FecE1yz7B5EC&pg=PA82&dq=encuesta+es&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjw3JK87KvcAhVxxFkKHeiODak4ChDoAQgpMAE#v=onepage&q=encuesta%20es&f=false>

Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2017). *Plan Nacional de Desarrollo 2017-2021. Toda una Vida*. Quito. Recuperado de http://www.planificacion.gob.ec/wpcontent/uploads/downloads/2017/10/PNBV-26-OCT-FINAL_0K.compressed1.pdf

- Segura, R. (30 de julio de 2014). *Los niños y la adicción a la tecnología*. Recuperado de <https://www.elnuevoherald.com/vivir-mejor/en-familia/article2037729.html>
- Silva, T. A., Kushano, E. S., & Ávila, M. A. (2008). Segmentação de mercado: uma abordagem sobre o turismo em diferentes faixas etárias. *Cuaderno Virtual de Turismo*, 8(2).
- Sociedad Latinoamericana para la Calidad. (2000). *Análisis costo/beneficio*. Recuperado de <http://sigc.uqroo.mx/Manuales/Institucional/Procedimientos/Secretaria%20General/Gestion%20Calidad/DGC-001/Metodologias/Costob.pdf>
- Suarez, A. (2015). *UF0073 - Productos, servicios y destinos turísticos*. Madrid, España: Elearning S.L (libro electrónico). Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=l7BWDwAAQBAJ&source=gbs_navlinks_s
- Tarodo, C. (2014). *Comunicación empresarial y atención al cliente*. RA-MA Editorial (libro electrónico). Recuperado de <https://books.google.com.ec/books?id=To-fDwAAQBAJ&pg=PA39&dq=comunicacion+empresarial+formal+e+informal&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwj1dGx15HkAhXhqFkKHdVQCNIQ6AEILDAB#v=onepage&q=comunicacion%20empresarial%20formal%20e%20informal&f=false>
- Torres, C. A. B. (2006). *Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales*. México: Pearson educación (libro electrónico). Recuperado de https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=h4X_eFai59oC&oi=fnd&pg=PR13&dq=Metodolog%C3%ADa+de+la+investigaci%C3%B3n:+para+administraci%C3%B3n,+econom%C3%ADa,+humanidades+y+ciencias+sociales&ots=vVGCq0ueA-&sig=Oy7cxG5XOqQQYuqGwq8AnjzUI0#v=onepage&q=Metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigaci%C3%B3n%3A%20para%20administraci%C3%B3n%2C%20econom%C3%ADa%2C%20humanidades%20y%20ciencias%20sociales&f=false

- Travel Kids. (2018). *Quiénes Somos*. Recuperado de <http://travelkids.es/>
- Urcola, J., & Urcola, N. (2015). *Manual práctico de comunicación empresarial*. ESIC Editorial (libro electrónico). Recuperado de https://books.google.com.ec/books?id=PM8bBgAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=comunicacion+empresarial&hl=es&sa=X&ved=0ahUKEwjui5aXI4_kAhWjs1kKHWiMDmcQ6AEIMjAC#v=onepage&q&f=false
- Urquía, D. R. P. (2014). *Gestión de recursos laborales, formativos y análisis de puestos de trabajo para la inserción sociolaboral de personas con discapacidad*. MF1034. España: Tutor Formación (libro electrónico). Recuperado de <https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=gxezAwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=Gesti%C3%B3n+de+recursos+laborales,+formativos+y+an%C3%A1lisis+de+puestos+de+trabajo+para+la+inserci%C3%B3n+sociolaboral+de+personas+con+discapacidad.+MF1034&ots=RxXSxb0xYL&sig=0Q0bNWDeEfjR9qDs1ycflTgydM0#v=onepage&q=Gesti%C3%B3n%20de%20recursos%20laborales%2C%20formativos%20y%20an%C3%A1lisis%20de%20puestos%20de%20trabajo%20para%20la%20inserci%C3%B3n%20sociolaboral%20de%20personas%20con%20discapacidad.%20MF1034&f=false>
- Van Horne, J. C., & Wachowicz, J. M. (2002). *Fundamentos de administración financiera*. México: Pearson educación (libro electrónico). Recuperado de <https://catedrafinancierags.files.wordpress.com/2014/09/fundamentos-de-administracion-financiera-13-van-horne.pdf>
- Verdugo, M. Á., & Sabeh, E. N. (2002). Evaluación de la percepción de calidad de vida en la infancia. *Psicothema*, 14(1).
- Villacis, C. (2013). *Geografía de Circuitos Turísticos*. Quito, Ecuador: Gráficas Iberia .
- Waichman, P. A. (2009). ¿Cuál recreación para América Latina? *Espacio Abierto*, 18(1)

Anexos

Anexo 1 Equipos y Herramientas

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Parlante	U	1	200	200
Micrófonos	U	3	30	90
Equipo de limpieza	U	5	50	150
Otros implementos (banderas, cortinas, posters, carteles)		20	20	400
TOTAL		29	300	840

Anexo 2 Muebles y Equipos de Oficina

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Sillas de oficina	U	6	60	360
Escritorio	U	5	120	600
Mueble para los dulces tradicionales.	U	1	80	80
Mesa de reuniones	U	1	300	300
telefono convencional	U	4	20	80
mueble "sala de espera"	U	1	150	150
TOTAL		2318	730	1570

Anexo 3 Equipos de Cómputo

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Computadora	U	4	510	2040
Infocus	U	1	435	435
impresora	U	1	190	190
laptops	U	3	600	1800
TOTAL			1735	4465

Anexo 4 Vehículo

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Furgoneta equipada	U	1	25000	25000
TOTAL				25000

Anexo 5 Gastos de Constitución

Detalle	Unidad	Valor Unitario	Valor total
Notaria	solo un pago	300	300
Registro Mercantil	solo un pago	120	120
Honorarios de Abogado	solo un pago	1500	1500
Permisos	solo un pago	100	100
Marca	solo un pago	20	20
IEPI	solo un pago	370	370
Diseño		5	5
TOTAL		2415	2415

Anexo 6 Creación de la Página Web

PROVEEDOR	DOMINIO	DISEÑO FLASH	PAGINAS	COSTO
Anónimo	\$ 600,00	\$ 750,00	1	\$ 750,00
TOTAL				\$ 1.350,00

Anexo 7 Sueldos Administrativos

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor total Mes	Valor Anual
Gerente	U	1	1.246,85	1.246,85	14.962
Auxiliar administrativa	U	1	649,43	649,43	7.793
Auxiliar contable	U	1	650,43	650,43	7.805
Auxiliar de servicios	U	1	584,93	584,93	7.019
				Total	37.580

Anexo 8 Honorarios Administrativos

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor total Mes	Valor Anual
Contador	U	1	300,00	300	3.600
				Total	3.600

Anexo 9 Suministros de Oficina

Detalle	Unidades	Cantidades	Valor unitario	Valor anual	Valor Anual
esferos	caja	1	7	7	28
marcadores tiza iquida azul, negro, rojo	U	10	0,35	3,5	42
grapadora	U	3	3,55	10,65	21,3
perforadora	U	3	2,84	8,52	17,04
quita grapas	U	3	0,3	0,9	1,8
sello	U	3	10	30	60
papelera metálica 2 servicios	U	3	8,5	25,5	25,5
grapap	caja	5	0,57	2,85	22,8
resmas	U	4	2,99	11,96	119,6
resaltadores varios colores	U	7	0,5	3,5	28
Estiletos	U	2	0,75	1,5	3
recibera comun grande	U	3	0,59	1,77	7,08
notas adhesivas	paquete 100	3	0,5	1,5	18
calculadora	U	3	5,99	17,97	17,97
Cinta adhesiva fenix 18 x 25	U	4	0,14	0,56	6,72
clips fenix	paquete x 32 mm x 100 u	5	0,2	1	12
cinta de embalaje	U	5	0,88	4,4	52,8
Archivador eco bene	U	5	1,34	6,7	13,4
Numeradora kw-trio	U	1	47,7	47,7	47,7
Almohadilla plastica para tinta	U	3	0,6	1,8	5,4
TOTAL				189,28	550,11

Anexo 10 Servicios Básicos

Detalle	Unidad	Valor unitario	Valor total Mes	Valor Anual
Telefono			25	300
Agua			15	180
Luz			40	480
arriendo			700	8400
TOTAL				9360

Anexo 11 Internet

Detalle	Unidad	Valor unitario	Valor total Mes	Valor Anual
Internet	U		30	360
TOTAL				360

Anexo 12 Sueldo del Vendedor

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor total Mes	Valor Anual
Vendedores	U	1	584,93	584,93	7.019,20
				Total	7.019,20

Anexo 13 Publicidad

Detalle	Unidad	Valor Unitario
Logo	1	150
Flayers	2000	20
Trajetas de presentación	2000	40
TOTAL		210

Anexo 14 Comisión Vendedor

Detalle	porcentaje comision	Valor anual
Comisiones a vendedores	10%	702
	Total	702

Anexo 15 Honorarios del Web Management

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor total Mes	Valor Anual
Web management	U	1	300,00	300	3.600
				Total	3.600

Anexo 16 Materia Prima

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	valor anual
El Diábolo	U	15	4,00	60
Canicas	paquete de 20 canicas	7	1,50	11
Ollas encantadas	U	480	0,50	240
Trompos	U	100	0,50	50
Baleros Grandes	U	40	1,00	40
Sogas	U	10	1,50	15
El elástico	U	10	1,50	15
Macatetas	U	430	0,25	108
Sombreros	U	430	1,00	430
Disfraces	U	50	8,00	400
Accesorios (corbatas, collares, pulseras, etc.)	U	400	5,00	2.000
Bastones	U	350	1,50	525
Poster para la rayuela	U	8	30,00	240
Pañuelos	U	350	5,00	1.750
Costales (Juego de ensacado)	U	150	1,00	150
Juguetes	U	450	2,00	900
Corbatas	U	350	1,50	525
Títeres	U	15	1,5	23
Detalle	Unidad	Invertir por semana	Valor total Mes	Valor Anual
dulces tradiciones	U	150	600	7200
TOTAL		3645	67,25	14.681

Anexo 17 Implementos por presentación

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor total Mes	Valor Anual
marco selfie	U	2	20	20	20
Globos	U	50	0,09	4,5	54
TOTAL			20,09	24,5	74

Anexo 18 Mano de Obra Directa

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor Unitario	Valor total Mes	Valor Anual
promotores	U	3	706,58	2.120	25.437
				Total	25.437

Anexo 19 Gasolina

Detalle	Unidad	Cantidad por semana	Valor Unitario	Valor total Mes	Valor Anual
Gasolina	U	3	10,00	120	1.440
				Total	1.440

Anexo 20 Honorarios Mano de Obra Indirecta

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor por los 3 días de operación	Valor total Mes	Valor Anual
Chofer	U	1	90,00	360	4.320
				Total	4.320

Anexo 21 Cálculo de la Mano de Obra por especialización

Cargo --->	Promotores	Gerente	Auxiliar administrativa	Auxiliar contable	Auxiliar servicios	Vendedor
BÁSICO	500,00	900,00	450,00	450,00	400,00	400,00
13ero	41,67	75,00	37,50	37,50	33,33	33,33
14to	41,67	50,00	51,00	52,00	53,00	53,00
F. Reserva	41,67	75,00	37,50	37,50	33,33	33,33
Vacaciones	20,83	37,50	18,75	18,75	16,67	16,67
Aportes Patronal honorarios	60,75	109,35	54,68	54,68	48,60	48,60
Presupuesto Total mensual (Costo Real para la empresa)	706,58	1.246,85	649,43	650,43	584,93	584,93

Anexo 22 Depreciaciones Activos Fijos

Activo Fijo	% de depreciación	Valor de Compra	Depreciación anual	Años de depreciación	Años Presupuestados	Años por depreciar	Valor en libros
Edificios	5%	-	-	-	5	- 5	-
Muebles y enseres	10%	1.570	157	10	5	5	785
Equipo	10%	840	84	10	5	5	420
Maquinaria	10%						-
Equipo de cómputo	33%	4.465	1.488	3	5	- 2	2.977
Vehículos	20%	25.000	5.000	5	5	-	-
Terrenos N/A	0%	-					
Totales		31.875					- 1.772