



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS

MODELO DE NEGOCIO
“OPERADOR TURISTICO VIAJERO
VALIOSO”

GERENCIA DE
ESTUDIO TÉCNICO Y LEGAL

Elaborado por:

MONICA PATRICIA MITE LEDESMA

Tutoría por: Viviana Arroyo Baquero

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciada en Gestión de Talento Humano

Guayaquil, Ecuador

Agosto, 2022

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Mónica Patricia Mite Ledesma**, declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación “**Operador Turístico Viajero Valioso**”: **Gerencia de Estudio Técnico y Legal**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Operador Turístico Viajero Valioso**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes: Karina Romero Hurtado, María Paola Vergel Costa, Lucía del Carmen Barrera Escobar y María Fernanda Villacís Diaz.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

Mónica Patricia Mite Ledesma

0916274160

Declaro que

Yo, Mónica Patricia Mite Ledesma en calidad de autor y titular del trabajo de titulación **“Operador Turístico Viajero Valioso”: Gerencia de Estudio Técnico y Legal**”, de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.

Mónica Patricia Mite Ledesma
0916274160

3. RESUMEN EJECUTIVO

Viajero Valioso es un proyecto de Operador turístico dedicado a brindar servicios de entretenimiento turístico, para contribuir con los adultos mayores a vivir y disfrutar de nuevas experiencias ofreciendo bienestar, seguridad y calidad de servicio en todos nuestros paquetes turísticos. Todo esto nace de una necesidad latente del adulto mayor y de sus deseos de sentirse vivo, activo, viajar, conocer nuevos lugares y disfrutar al compartir con sus pares; cabe recalcar que no se han encontrado operadores turísticos enfocados en este nicho específico. Los lugares de destinos fueron correctamente identificados y testeados en el estudio de mercado con el fin de ofrecer alternativas atractivas y de fácil acceso. Así mismo entre las características del servicio está el manejo de grupos de 12 a 15 personas, visitas pausadas, distancias cortas, guía turística y acompañamiento de una enfermera durante el recorrido.

El equipo está conformado por personas con experiencia en el sector turístico y personas con experiencia en servicio de calidad, buen trato y amabilidad.

Nuestro nicho objetivo son adultos mayores hombres y mujeres entre 60 y 84 años, generación conocida como los “Baby Boomers”, con un estrato económico B y C+, por ello se obtiene el número de 99.443 personas, por tal motivo la muestra calculada es de 383 encuestas y de las cuales el 96,8% de los encuestados les gusta viajar dentro del país, el 91% de los adultos mayores están dispuestos a contratar un servicio exclusivo de entretenimiento; en el segundo estudio de validación se muestra que al 95.9% de los encuestados les gusta realizar paseos por un día. Nuestro cálculo de la demanda se obtiene con un número total de personas de 5,675 anuales, y según las estadísticas el crecimiento del turismo en el Ecuador en el año 2021 fue del 25% y un 17% de crecimiento en el Continente Americano; por ello hemos proyectado un crecimiento en nuestra demanda del 10% anual siendo conservadores.

El nicho de mercado de adultos mayores está en expansión y en nuestro proyecto consideramos al adulto mayor como un “adulto valioso”, a quien ofreceremos vivir nuevas experiencias, y con acceso al turismo local. Lo más importante para nuestro proyecto es ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad y generar emociones positivas para que continúen viajando con nosotros, por lo tanto definimos nuestro slogan como **“La Libertad de Viajar”**.

Tanto en el estudio de mercado y de marketing identificamos los servicios que brinda la competencia, al mismo tiempo seleccionamos a proveedores con un alto estándar de servicio, guías turísticos con experiencia en turismo local y con gran habilidad y trato con el

adulto mayor; al mismo tiempo seleccionamos enfermeras que nos acompañarán durante los viajes, quienes estarán pendientes de cualquier necesidad médica que se presente. Referente a los lugares y comunidades a visitar se han diseñado rutas accesibles, con un tiempo máximo de viaje de 01H30, con la finalidad que el recorrido sea corto y puedan disfrutar de la naturaleza y actividades detalladas en el itinerario, estableciendo el precio de venta considerando los costos regulares y el poder adquisitivo recabado en la encuesta, ya que más del 59.2% de los encuestados están dispuestos a pagar por un paseo de un día un rango de \$66,00 a \$80,00; por tal motivo, nuestro precio de venta está fijado en \$ 70,00 por persona por cada viaje, el mismo que incluye: transporte, guía turístico, almuerzo, bebidas, actividades varias en cada opción de destino, asistencia con una enfermera durante el viaje y con las siguientes rutas turísticas: “escape ruta del cacao hacienda las Cañas” en Naranjal, escape a la hacienda la Gerarda “manada equina” en Chongón, escape Nobol “Santuario Nacional de Santa Narcisca de Jesus”, escape a balneario general Playas Villamil, escape a Bucay en Pachakay hacienda San Rafael.

Nuestra estrategia corporativa se basa en “Calidad de servicio, seguridad, seriedad, comodidad, tranquilidad” y “enfocados en un nicho específico de adultos mayores”. Nuestra fortaleza competitiva está en las alianzas estratégicas con nuestros colaboradores, proveedores y los diferenciales que harán de Viajero Valioso la mejor opción turística para los clientes adultos mayores; será de vital importancia concretar acuerdos con nuestros proveedores fijando costos especiales como operador, brindando calidad en los servicios durante la estadía en el lugar turístico y con el cumplimiento de tiempos ofertados.

Llegaremos a nuestros clientes a través de un equipo comercial de ventas directas, por medio de canales digitales, y realizando convenios con geriátricos, asociaciones de jubilados, clubes de jubilados, entre otros; contamos con un plan de marketing agresivo con el fin que exista conocimiento de la marca y la empresa se pueda posicionar en la mente del consumidor directo que es el adulto mayor e indirecto que sería su círculo familiar; el presupuesto anual para el plan de marketing se fija en \$15.000,00.

Nuestra visión es ser un operador turístico reconocido en Ecuador y la región como la mejor opción de turismo sostenible para la naturaleza, líderes e innovadores en ofrecer servicios turísticos para el adulto mayor; bajo esta misión nuestro objetivo es determinar la viabilidad operativa, administrativa y financiera de nuestro segmento de mercado, para crecer económicamente como operador turístico; a través de las ventas de oferta turística, con altos estándares de servicio y calidad y así mantener la confiabilidad y lealtad comercial de nuestros clientes.

La inversión inicial tendrá una fuente de financiamiento al 100% por el aporte del capital de accionistas, por lo que no se realizarán préstamos bancarios para ejecutar el proyecto. Inicialmente se recibirán pagos en efectivo y transferencias, definiendo como días de Cobro y pagos (1) y cero días de inventario.

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio, se definió un programa de producción y ventas estimado en 5 años, con una productividad durante el primer año de \$397,250.00. En cuanto a la tasa interna de retorno con un TIR de 16.50% y un VAN de 965.49 hacemos de “Viajero Valioso” un proyecto viable.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Lucía Barrera, Karina Romero, Mónica Mite, María Paola Vergel, María Fernanda, y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Operador Turístico Viajero Valioso”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4. PALABRAS CLAVE

Turismo tercera edad, adultos mayores, viajes tercera edad, actividades recreativas para adultos mayores, entretenimiento para adultos mayores.

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La propuesta de modelo de negocio “Viajero Valioso”, nace de las ideas de un trabajo colaborativo conformado por un grupo de cinco integrantes, bajo las consideraciones éticas y el respeto a la propiedad intelectual.

6. INDICE DE CONTENIDO

1. PORTADA	1
2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN	2
3. RESUMEN EJECUTIVO	4
4. PALABRAS CLAVE	6
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS	6
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	9
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO “VIAJERO VALIOSO”	10
8.1. Objetivo general.....	10
8.2. Objetivos específicos.....	10
9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO	11
9.1 GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO Y LEGAL	14
9.1.1 Descripción del servicio.....	14
9.1.2 Presentación	15
9.1.3 Proceso de prestación del servicio de “Operador turístico Viajero Valioso”	18
9.1.3.1 Servicio de venta presencial	18
9.1.3.2 Servicio de venta web.....	20
9.1.4 Determinación de la capacidad productiva	22
9.1.5 Ubicación del Proyecto.....	23
9.1.6 Diseño arquitectónico	24
9.1.7 Balance de costos.....	25
9.1.8 Vida útil de proyecto: 5 años.....	27
9.1.9 Estructura jurídica del negocio.....	27
9.1.9.1 Sociedad por Acciones Simplificadas: Viajero Valioso	28
9.1.9.2 Ámbito Legal de las agencias de servicios turísticos	29
9.1.9.3 Acuerdo entre socios	30
9.1.9.4 Obligaciones legales del empresario turístico.....	31
9.1.10 Tipos de contratos.....	32
9.1.10.1 Contratos Laborales: trabajadores	32
9.1.10.2 Contratos con proveedores	33
9.1.10.3 Contratos de servicio: clientes	34
9.1.11 Propiedad intelectual: derechos de autor, marcas, logos, protección ante el Senadi. (SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES, 2022).....	34
9.1.11.1 Objetos de protección del negocio.....	34
9.1.11.2 Producto turístico: servicio.....	36
9.1.11.3 Registro de marca: Viajero Valioso.....	36

9.1.11.4	Permisos, certificaciones, licencias u otros que requiera el negocio para inicio y mantenimiento.	39
9.1.11.4.1	Consejo de la Judicatura y Registro Mercantil Legalización de Contrato de arrendamiento	39
9.1.11.4.2	Agencia nacional de regularización, control y vigilancia sanitaria	40
9.1.11.5	Habilitantes para el funcionamiento: turístico y ambiental.....	40
9.1.11.6	Habilitantes para el funcionamiento: municipal	41
9.1.11.7	Permisos para ejercer actividades turísticas	41
10.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	42
11.	REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	44

6.1 INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: TRIANGULO DE SERVICIO	15
Ilustración 2: FLUJO DE VENTA PRESENCIAL	19
Ilustración 3: FLUJO DE VENTA EN PAGINA WEB	21
Ilustración 4: FOTOGRAFIA DE PUNTO-OFICINA DE COWORK OBC	23
Ilustración 5: ZONAS COMPARTIDAS DE COWORKER	24
Ilustración 6: DISEÑO ARQUITECTONICO DE OFICINAS.....	24

6.2 INDICE DE TABLAS

Tabla 1: RANGOS DE EDAD POR ESTRATO SOCIECONÓMICO	22
Tabla 2: CÁLCULO DE LA DEMANDA	22
Tabla 3: SOFTWARE Y EQUIPOS, COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES EN LA OPERACIÓN.....	25
Tabla 4: COSTOS DIRECTOS Y VARIABLES DEL SERVICIO	26
Tabla 5: PLAN DE INVERSIONES	26

7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Nuestra propuesta nace de la falta de opciones de entretenimiento turístico orientado o dirigido a las preferencias y necesidades de adultos mayores. Nuestro nicho objetivo cuenta con el tiempo suficiente para el disfrute de diversas actividades turísticas de entretenimiento, sin embargo, en nuestro medio no existe una oferta especial diseñada para ellos. Por eso nos preguntamos ¿Cómo ofrecer un servicio turístico para que el adulto mayor se relacione con otras personas, se mantenga activo, entretenido y seguro de acuerdo con sus necesidades? Nosotros visualizamos la oportunidad de negocio, apegándonos al cumplimiento de las normativas establecidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador y a una investigación de las características generales del turismo para el adulto mayor.

Según la teoría del ciclo de vida familiar en la etapa de retiro las personas mayores tienen menos obligaciones familiares al haberse emancipado los hijos, lo que, unido a la jubilación o retiro del mercado laboral, les deja más tiempo libre para el disfrute del ocio en general. En este sentido, en comparación con grupos de edad más jóvenes, los mayores realizan frecuentemente viajes de mayor duración, fuera de temporada alta y muestran mayor preocupación por cuestiones de seguridad en sus viajes (PATTERSON, 2006: 4). Se considera habitualmente que algunas variables demográficas y socioeconómicas como la edad, el género, el estado de salud, nivel de ingresos y la situación familiar condicionan el consumo de las personas en general. Estas variables se pueden calificar de objetivas, a las que se añaden otras variables subjetivas como son los valores y actitudes personales (BÓDALO, 2003: 93). Entre las barreras más importantes para acceder al turismo en general destaca el tiempo libre y una capacidad presupuestaria suficiente (MUÑOZ, 2001) (al, 2008).

Debemos tener en cuenta que las personas mayores no constituyen un gran grupo homogéneo. En relación con la demanda turística se puede observar cierta heterogeneidad dentro del grupo de personas mayores, siendo posible segmentar este colectivo en grupos más homogéneos con diferentes comportamientos turísticos en base a sus motivaciones turísticas (SHOEMAKER, 1989) (LAESSER, 2009) o sus necesidades y estilos de vida (MOSCHIS y ÜNAL, 2008). Las próximas generaciones de mayores “baby boomers” se caracterizan normalmente como más activos, con mayores niveles de formación y, sobre todo, más viajeros (PATTERSON, 2006: 4). Estas nuevas generaciones de mayores tienen

más experiencia viajera que las generaciones previas, por lo que es posible que las experiencias demandadas en sus viajes en la etapa de retiro presenten rasgos diferentes a las generaciones anteriores. Los cambios generacionales pueden tener efectos importantes en los destinos turísticos que tradicionalmente han contado con una importante demanda entre las personas mayores, ya que las nuevas generaciones de mayores probablemente se inclinen por otros destinos (OPPERMANN, 1995) (PRIDEAUX, 2007).

APPA: fuente publicada (<https://core.ac.uk/download/pdf/29403979.pdf>, s.f.)

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar un modelo de negocio como Operador Turístico identificado como Viajero Valioso. Nuestra oferta turística presenta cinco opciones de destino que, de acuerdo con el estudio de mercado realizado, cumplen con las preferencias de viajes cortos, contacto con la naturaleza, clima agradable de acuerdo con las preferencias de nuestro segmento de mercado. Más que turismo ofrecemos un servicio de entretenimiento enfocado en el adulto mayor, para que puedan socializar, compartir con sus pares y mantenerse activos viviendo nuevas experiencias en esta etapa de su vida. De acuerdo con esto presentamos nuestra propuesta de valor: “Viajero Valioso” que te ofrece los mejores paquetes turísticos locales, lugares hermosos, viajes cortos, experiencias con personas afines generacionalmente y en contacto con la naturaleza. Tendrás un viaje cómodo, seguro, disfrutarás de alimentación típica del lugar visitado, asistencia médica con una enfermera y la guía de un profesional de turismo que permitirá que tengas un viaje memorable.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO “VIAJERO VALIOSO”

8.1. Objetivo general

Brindar entretenimiento turístico enfocados en adultos mayores; con un excelente servicio que brinde asesoría y organice viajes, que motiven al cliente para realizar diversas actividades de ocio y entretenimiento en nuestras rutas turísticas.

8.2. Objetivos específicos

- Diseñar y organizar rutas turísticas, ofreciendo una atención y gestión adecuada a las necesidades de nuestro nicho de clientes.
- Cumplir los protocolos y políticas de Viajero Valioso, entregando una oferta turística de calidad, efectiva y segura, cubriendo las necesidades de nuestros clientes.

- Fortalecer nuestra marca en el sector, ser reconocidos como un Operador Turístico enfocado en el adulto mayor garantizando la rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.
- Ser para nuestros clientes la mejor opción de servicio turístico para adultos mayores, que marque la diferencia y nos recuerden como su operador turístico de confianza.
- Ampliar nuestro catálogo de destinos turísticos, al menos con 4 destinos adicionales, en un lapso no mayor a 12 meses que sean del interés de nuestros clientes.

9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

A través de Design thinking desarrollamos el customer journey map, donde se detalló las fases del proceso de experiencia del cliente, en base a esto se formuló el desarrollo técnico de la propuesta. El nicho de mercado que hemos encontrado va dirigido a hombres y mujeres adultos mayores, entre 60 y 84 años de edad, con un estrato económico B y C+ los mismos que son activos e independientes en sus finanzas y a quienes les gusta viajar y destinar un presupuesto para viajes y entretenimiento. Los principales hallazgos de información obtenida en la investigación de mercado se centraron en que están deseosos de conocer nuevos entornos, interactuar con más personas, realizar algo distinto y ocupar su tiempo libre en diversas actividades que los haga sentirse vivos, disfrutar momentos de ocio y vivir nuevas experiencias a plenitud. Además, buscan un equilibrio entre calidad y precio, que estos viajes sean accesibles, que les otorguen un buen trato, realizar viajes cortos y que tengan un clima agradable en donde desenvolverse.

En la investigación de mercado realizada, todos los participantes coinciden que para contratar una empresa que brinde servicio de entretenimiento turístico esta debe ser seria, tener seguridad jurídica, cumplir con el contrato; que para disfrutar del viaje deben ofrecer tranquilidad, calidad en el servicio, y contar con seguridad en el lugar que visitarán. Ninguno de ellos ha escuchado de un servicio de entretenimiento turístico enfocado en el adulto mayor; es por esto, que nuestra fortaleza competitiva está en las alianzas estratégicas con nuestros proveedores, con quienes nos aseguraremos que cuenten con las seguridades, espacios, adecuaciones para que nuestros adultos mayores se sientan seguros y confortables disfrutando de un día agradable y los diferenciales que hacen de Viajero Valioso la mejor opción turística para el segmento de adultos mayores, ya que van interactuar con personas de su misma edad, contarán con un guía totalmente capacitado y con toda la experiencia en

tratar a esta generación, quien los acompañará en todo el trayecto y mostrará el lugar que están visitando, también, tendrán la asistencia de una enfermera profesional desde el inicio, durante y fin del viaje, estará atenta a sus necesidades en cuanto a medicamentos, situación o malestar que presenten. Para fijar los precios se investigó el mercado y se manejarán costos basados en valores referenciales de costo del producto de \$48,00, con un margen de utilidad de 31,43%, y un precio de venta de \$70,00, ya que los adultos mayores están dispuestos a pagar por este servicio hasta \$100,00 y el 59,51% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$66,00 a \$80,00 dólares. Viajero Valioso dentro de su estrategia promocionará sus servicios a través del marketing digital (redes sociales y página web) para posicionar su marca y establecer una cercanía con sus potenciales clientes a través de: Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp y también el marketing tradicional, prensa y radio. Así también contará con personal comercial quienes realizarán ventas personalizadas, se gestionarán alianzas estratégicas con: empresas privadas, geriátricos, asilos de ancianos, asociaciones y clubes de jubilados.

Somos una empresa que brinda un servicio de entretenimiento turístico para el adulto mayor y como base de diseño de producto tenemos paquetes turísticos con cinco destinos locales.

El proceso de producción se plasma en el flujo del servicio, tanto de venta presencial como a través de la web, donde se destaca la asesoría permanente y acompañamiento de personal calificado de la empresa, durante todas sus etapas, desde la elección del destino, hasta la prestación del servicio.

La capacidad productiva de Viajero Valioso se determina en base a la demanda del nicho identificado, esto es 9.944 clientes potenciales, lo que nos da como resultado la cobertura de 5 viajes por día a cualquiera de las 5 rutas disponibles.

Nuestra Página Web está diseñada con fácil acceso, se presupuestó un CRM para registrar SAC y un ERP para integrar trámites administrativos. Nuestro punto de atención al cliente estará ubicado en una oficina coworking en el centro comercial Alban Borja, por ser un lugar de distracción tradicional de la ciudad y debido al potencial de clientes en la zona al encontrarse junto a un centro gerontológico; cuenta con espacios distribuidos de acuerdo a las necesidades de la operación y con una distribución en vertical.

La estructura de costos para la producción del servicio se compone de software, equipos, costos indirectos, costos variables, muebles y enseres, lo que da un valor total de \$8.924,00, el plan de inversión es de \$9.191,50.

El proyecto Viajero Valioso evaluará su vida útil en períodos de 5 años.

Nuestra identidad corporativa tiene como misión ser una empresa ecuatoriana que brinda servicios de entretenimiento turístico, para contribuir con los adultos mayores a vivir y disfrutar de nuevas experiencias, ofreciendo bienestar, seguridad y calidad de servicio en todos nuestros paquetes turísticos; así mismo nuestra visión en el tiempo es lograr ser un operador turístico reconocido en Ecuador y la región como la mejor opción de turismo sostenible con la naturaleza, líderes e innovadores en ofrecer servicios turísticos para el adulto mayor. Los valores corporativos que tenemos son el respeto, calidad, honestidad, responsabilidad, ética, trabajo en equipo y puntualidad.

Se utilizaron fuentes claras y fáciles de memorizar, que transmiten alegría, gozo, claridad y creatividad y como valor agregado el slogan *“La libertad de viajar”*. En cuanto a la estructura de nóminas se contratarán 7 talentos de áreas operativas, comerciales, y administrativas. Se aplicará una estructura organizacional “funcional”, jerárquica, a su vez definiendo KPI’s financieros, operativos, servicio y tecnológicos. Se definieron los stakeholders internos y externos como base para el desarrollo de programa de RSE que también forma parte de nuestros valores corporativos. Se implementarán programas de RSE destinados a cada grupo de interés. Para los Stakeholders internos diseñamos el Programa Educación Valiosa para colaboradores e hijos y seguro médico co-pagado para colaboradores; para los stakeholders externos tenemos el programa “Mi huella verde” orientado a la comunidad turística y a nuestra comunidad digital. Nuestros programas se alinean con los siguientes objetivos de desarrollo sostenible: ODS #4 Educación de calidad, ODS #3 Salud y bienestar y ODS #15 Vida de Ecosistemas terrestres.

El proyecto tendrá como estructura jurídica la figura de Persona Jurídica de derecho privado denominada “Sociedad por Acciones Simplificadas – SAS”. De acuerdo al Art 18, el proyecto turístico Viajero Valioso se clasifica como Operador e Intermediación Turística; se contempla regular la empresa por propiedad intelectual para preservar la marca, el nombre, el logo y slogan por medio del SENADI, además de cumplir las regulaciones del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, “COMEXI” y la protección de datos personales: información sensible y de confidencialidad.

Viajero Valioso aplicará a sus colaboradores un contrato de trabajo con relación de dependencia a “plazo fijo” por 1 año con período de prueba de 90 días. Se establecerán acuerdos por escrito con los proveedores, a fin de garantizar la calidad del servicio ofrecido y suscribirá un contrato de servicio con el cliente determinando condiciones enmarcadas en la Ley Orgánica de defensa del consumidor.

El plan de inversión es importante porque nos permite tener un mapa de ruta que

marque el camino que habrá de tener el dinero dentro de la gestión financiera. La inversión inicial con la que se debe contar para poder implementar el negocio es de \$ 9.151,00 y tendrá una fuente de financiamiento al 100% por aporte de capital de los socios; por ello no se realizarán préstamos bancarios para ejecutar el proyecto. Inicialmente el cliente realizará pagos en efectivo y transferencias previas a la prestación del servicio turístico, y en relación a los proveedores el pago se realizará un día antes o durante la prestación del servicio, por lo cual se define como días de cobro y pagos (1) y cero días de inventario.

El capital de trabajo evaluado debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades inmediatas y así evitar atrasos en la operatividad de la empresa.

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio; se definió un programa de producción y ventas estimado en 5 años, con una productividad durante el primer año de \$397,250.00. En cuanto a la tasa interna de retorno con un TIR de 16.50% y un VAN de 965.49 se concluye que Viajero Valioso es un proyecto viable. Se presentan tres escenarios de sensibilidad todos negativos para la empresa, por ende, debemos cuidar y reforzar las estrategias para que el proyecto se mantenga viable y rentable en el tiempo.

9.1 GERENCIA: ESTUDIO TÉCNICO Y LEGAL

9.1.1 Descripción del servicio

“Viajero Valioso” es una empresa que ofrece un servicio de entretenimiento turístico enfocado al segmento adulto mayor, y de esta forma pueda socializar, compartir con otras personas y mantenerse activo viviendo nuevas experiencias.

Ofrecemos al cliente la flexibilidad para readaptar itinerarios a partir de grupos mínimos de 12 personas.

Ofrecemos servicios turísticos preestablecidos a grupos mínimos de 12 personas.

Se realiza entrega de ticket de viaje y detalle de la ruta, fecha, itinerario de salida entre otros. Se entrega formulario para la obtención de datos. El servicio de transporte es contratado a través de un proveedor calificado que ofrece comodidad y confort a todos los pasajeros ya que las unidades de transporte se encuentran en excelente estado y los choferes son profesionales con experiencia. Cualquiera de los destinos contratados asegura rutas accesibles.

El servicio de entretenimiento turístico cuenta con guías de turismo capacitados y

especializados en atención al cliente adulto mayor. El cliente recibe información previa al viaje a través del WhatsApp o correo electrónico.

9.1.2 Presentación

“Viajero Valioso” es una empresa que brinda un servicio “flexible” de entretenimiento turístico para el adulto mayor, que ofrece vivir nuevas experiencias a plenitud, a través de viajes locales, donde podrán disfrutar de destinos accesibles y una excelente calidad de servicio. A continuación, se presenta el triángulo de servicio del modelo de negocio “Operador turístico Viajero Valioso”:

Ilustración 1: **TRIANGULO DE SERVICIO**



Fuente: elaboración propia

Estrategias:

- Paquetes turísticos sin restricciones y adaptables.
- Atención al cliente personalizada y ágil.
- Guías turísticos especializados en el adulto mayor.
- Destinos con rutas accesibles.
- Generar alianzas con proveedores con alta calidad de servicio y satisfacción en el adulto mayor.

Gente:

- Contar con proveedores que ofrezcan servicios de entretenimiento al aire libre y flexible que se alinean a nuestra oferta de servicio turístico.
- Convenios/Alianzas con proveedores que ofrezcan servicio de transporte en

óptimas condiciones.

- Certificación de la experiencia de los choferes que nos presten servicio de transporte.
- Capacitaciones a nuestros guías turísticos por medio de empresas certificadas y por medio de las plataformas Online de MINTUR.
- Convenios/Alianzas con proveedores certificados. (acompañamiento enfermera, primeros auxilios).

Sistemas:

- Página Web diseñada con fácil acceso para que los adultos mayores no solo se acerquen in situ a la empresa, sino también, quienes se manejan a través de la tecnología, puedan acceder a nuestros servicios a través de estos canales.
- Contac Center, sistema de grabación de llamadas, CRM para registrar la información de cliente, PBX, (telefonía IP).
- ERP (sistema de planificación de recursos empresariales) para integrar y consolidar trámites administrativos como pagos de servicios, contratación de personal, campañas internas, entre otros.

Relaciones

Estrategias – Sistemas:

Lo usuarios tendrán atención personalizada y ágil con información de todo lo correspondiente a nuestros paquetes turísticos, solicitar algún cambio cumpliendo con la mínima cantidad de usuarios para hacerlo. Por medio de nuestra página Web que estará diseñada con fácil acceso para los adultos mayores también contará con información sobre nuestros proveedores calificados por su calidad de servicio, nuestro Contac Center como otro canal de atención y por la página Web, podrán informarse de sus paquetes. Contaremos con guías turísticos especializados en atención a adulto mayor. Las rutas de los destinos que ofrecemos son totalmente accesibles.

Estrategia – Gente:

Contaremos con proveedores que brinden servicio de entretenimiento turístico al aire libre y flexible para algún cambio que deseen hacer en el paquete previo al viaje alineados a nuestra oferta. Las alianzas con nuestros proveedores de transportes cumplirán con los

estándares de calidad y de esa manera satisfacer nuestro requerimiento como empresa y a la vez los requerimientos de nuestros clientes, entre nuestros proveedores tendremos personas que sepan de primeros auxilios o acompañamiento con enfermeras así brindamos una atención personalizada. Contaremos con choferes certificados y en constante capacitación por medio de empresas certificadas desde las plataformas Online de MINTUR, así se asegura que tengan conocimiento de las rutas que están establecidas en nuestros paquetes las cuales son totalmente accesibles.

Gente – Sistemas

La página web de la empresa, brinda la información necesaria para dar a conocer a los clientes de los paquetes turísticos preestablecidos, no obstante, también ofrece la opción de que cada cliente arme rutas propias de acuerdo con sus preferencias. La empresa brinda la seguridad de contar con un proveedor del servicio de transporte que permite contar con la seguridad necesaria durante el viaje. Por medio de la web, el cliente podrá llenar su ficha de información médica para de esta manera, la enfermera que hará el acompañamiento del grupo pueda hacer su control. Así también la empresa cuenta con un Contac Center, sistema de grabación de llamadas, CRM para registrar la información de cliente, PBX, (telefonía IP).

Gente – Cliente

La empresa cuenta con proveedores que brindan alternativas de entretenimiento al aire libre, con itinerarios flexibles y actividades que se adaptan a las necesidades y exigencias del cliente. Así mismo mantiene alianza con un proveedor calificado para el servicio de transporte, el mismo que cuenta con un parque automotor que ofrece unidades en excelente estado, seguras y confortables, además de conductores certificados y calificados para el traslado de los clientes a los diferentes destinos contratados. En cada ruta, el cliente contara con el acompañamiento de un guía turístico, profesional certificado y capacitado de acuerdo con las reglamentaciones del Ministerio de Turismo, así como con la presencia de una Enfermera calificada que maneja un botiquín y las fichas de información médica de cada pasajero, esto con la finalidad de precautelar la salud de los clientes.

Sistema – Cliente

La empresa Adulto Valioso, cuenta con una página web diseñada de manera funcional

y de fácil acceso para el uso de los adultos mayores que tengan la destreza del uso de medios digitales y que no consideren necesario el servicio presencial, con esta herramienta también podrán solicitar directamente información de cualquier de los paquetes turísticos ofertados. Además, ofrece a sus clientes un Contac Center, el mismo que cuenta con sistema de grabación de llamadas, CRM para registro de la información del cliente, PBX, (telefonía IP), esto direccionado a quienes prefieren atención telefónica.

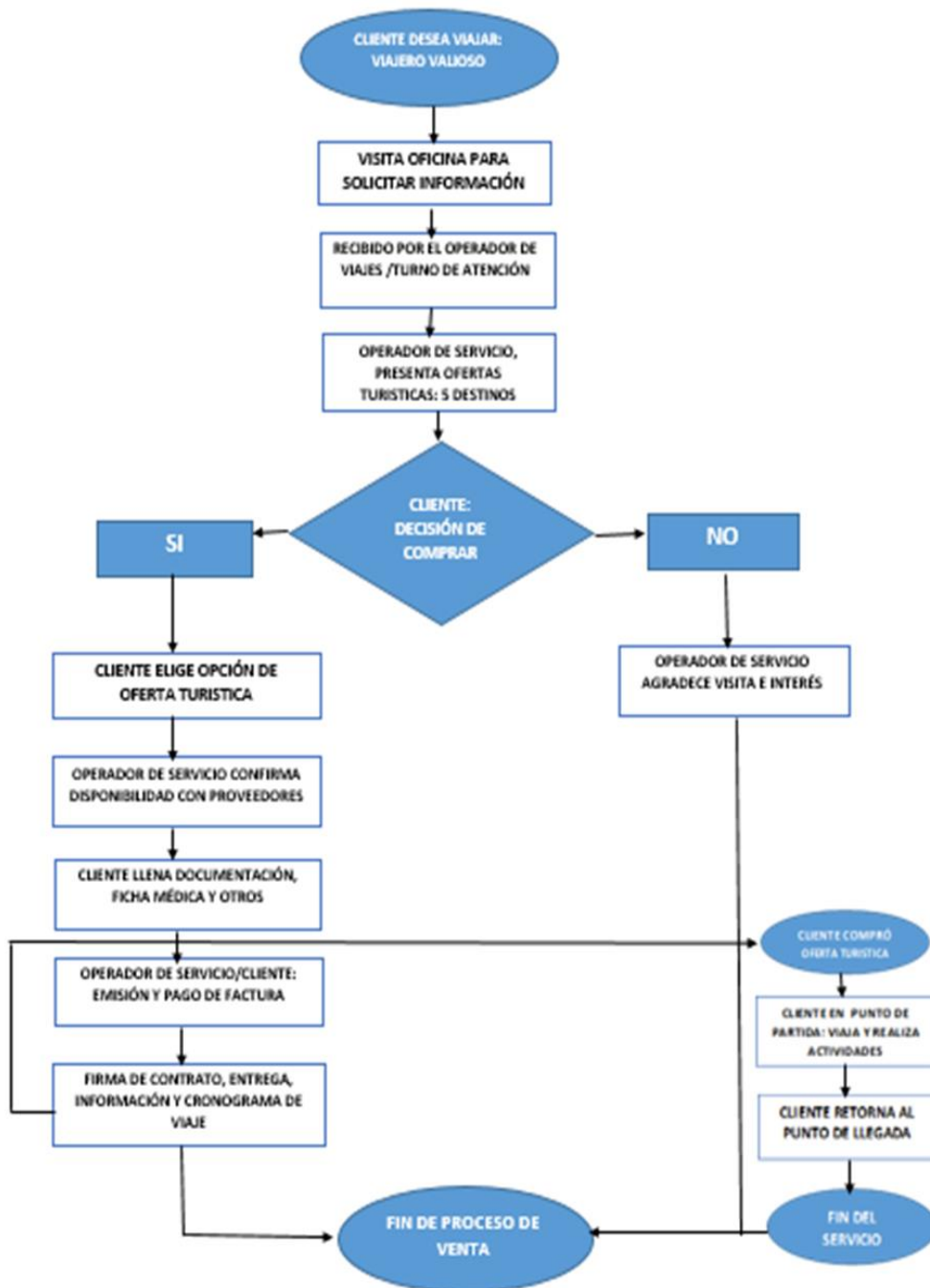
9.1.3 Proceso de prestación del servicio de “Operador turístico Viajero Valioso”

9.1.3.1 Servicio de venta presencial

1. El cliente, que desea viajar visita las oficinas de la empresa en busca de información.
2. Un agente de turismo lo recibe y da la bienvenida y asigna turno de atención.
3. Mientras espera, el cliente se informa revisando brochures y visualizando videos del servicio, en la pantalla.
4. El cliente es atendido por el operador de viajes, quien informa de las opciones de paquetes turísticos que ofrece la empresa, así como de la opción de flexibilizarlos acorde la necesidad:
 - Escape a la ruta del cacao.
 - Puerto El Morro -General Villamil Playas.
 - Bucay-Pachakay - San Rafael.
 - Paseo al Santuario de Narcisa de Jesús.
 - Escape a la Hacienda Manada Equina Chongón.
5. El cliente elije una de las opciones ofrecidas y solicita se le incluya una actividad adicional a las incluidas en el paquete turístico escogido.
6. El asesor de viajes coordina la actividad con el proveedor y cierra la venta.
7. El cliente llena la ficha médica sobre su estado de salud.
8. La empresa emite la factura, imprime - firma contrato y se envía por correo al cliente.
9. La empresa envía al cliente por correo y WhatsApp, cronograma e instrucciones referentes al viaje.

10. El cliente asiste al punto de partida, de acuerdo paquete turístico comprado.
11. El cliente realiza el viaje conforme lo acordado, acompañado del Guía y enfermera.
12. El cliente retorna a su hogar plenamente satisfecho del servicio recibido.

Ilustración 2: FLUJO DE VENTA PRESENCIAL

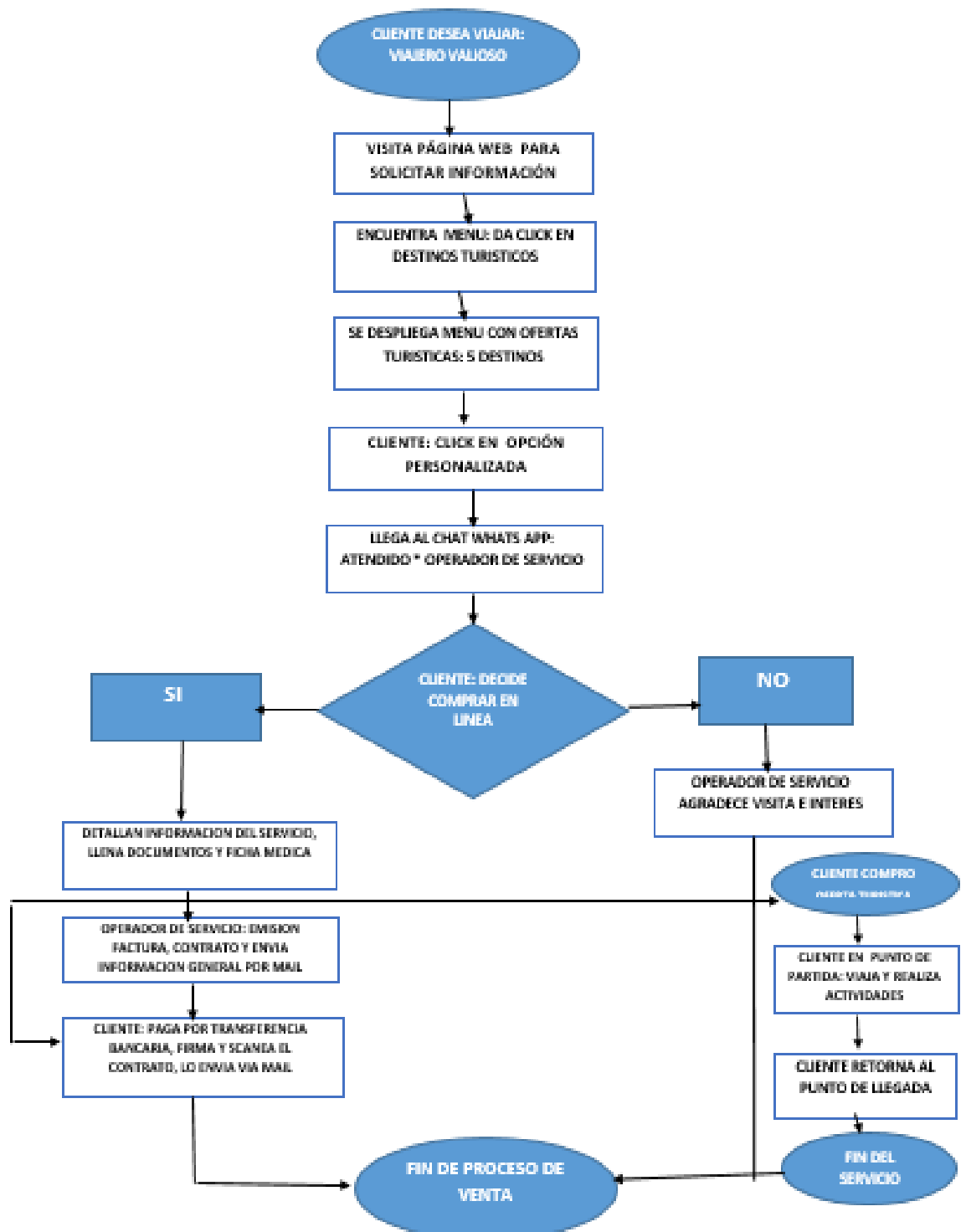


Fuente: elaboración propia

9.1.3.2 Servicio de venta web

1. El cliente, que desea viajar ingresa a la página web de la empresa, elige la opción de paquetes turísticos y se despliegan las 5 opciones de destino turístico:
 - Escape a la ruta del cacao.
 - Puerto El Morro -General Villamil Playas.
 - Bucay-Hacienda Pachakay - San Rafael.
 - Paseo al Santuario de Narcisa de Jesús.
 - Escape a la Hacienda Manada Equina Chongón.
2. El cliente elige una de las opciones ofrecida, pero solicita atención personalizada, mediante la opción “Un operador se contactara a través de un link directo al chat de WhatsApp”
3. El asesor se contacta con el cliente vía WhatsApp y coordina el paquete turístico, acuerdan destino, fechas y hora.
4. El cliente elige forma de pago con transferencia y realiza el pago.
5. Se cierra la venta.
6. El cliente llena la ficha médica sobre su estado de salud.
7. La empresa emite la factura y se envía por correo al cliente.
8. La empresa envía al cliente por correo y WhatsApp, contrato, cronograma e instrucciones referentes al viaje. El cliente retorna scan de contrato firmado.
9. El cliente asiste al punto de partida, de acuerdo con paquete turístico comprado.
10. El cliente realiza el viaje conforme lo acordado, acompañado del Guía y enfermera.
11. El cliente retorna a su hogar plenamente satisfecho del servicio recibido.

Ilustración 3: FLUJO DE VENTA EN PAGINA WEB



Fuente: elaboración propia

9.1.4 Determinación de la capacidad productiva

La capacidad productiva de “Operador turístico Viajero Valioso”

se determinará considerando la cantidad de paquetes turísticos que se colocaran durante el mes, según la cantidad proyectada de captación equivalente al 15% de los 99.443 potenciales usuarios. Bajo el análisis de mercado realizado en Guayaquil existen 292,481 personas entre los 60 hasta los 84 años según el INEC, esto corresponde al 8% de la población en la Ciudad. Nuestro proyecto va dirigido a los segmentos B que corresponde al 11.20% y C+ al 22.80%, total de la población considerada será 99.443,54 personas.

Tabla 1: RANGOS DE EDAD POR ESTRATO SOCIECONÓMICO

RANGO DE EDAD	2010	%
De 80 A 84 años	25.924	8,9
De 75 A 79 años	37.219	12,7
De 70 A 74 años	53.901	18,4
De 65 A 69 años	56.752	19,4
De 60 A 64 años	118.685	40,6
TOTAL POBLACIÓN POR EDAD	292.481	100,0
TOTAL POBLACIÓN	3.645.483	8%

TOTAL POBLACIÓN POR EDAD	292.481	
ESTRATO SOCIO-ECONOMICO B	11,20%	32.757,87
ESTRATO SOCIO-ECONOMICO C+	22,80%	66.685,67
TOTAL EXTRACTO SOCIO ECONOMICO	34,00%	99.443,54

Fuente: <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-de-poblacion-y-vivienda/>
(https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NS_E_Presentacion.pdf, s.f.)

Tabla 2: CÁLCULO DE LA DEMANDA

DEMANDA SEGMENTO ADULTOS MAYORES - NICO	99443,00
COMPETIDORES	10,00
DEMANDA (PROMEDIO)	9944,30

VIAJES POR UNIDAD DE TRANSPORTE (se contemplan 12 pasajeros por un	828,69
SE DIVIDE PARA 48 SEMANAS	17,26
DIARIOS ENTRE JUEVES Y DOMINGO	4,32
promedio	5,00

Fuente: elaboración propia

La capacidad productiva de Viajero Valioso se determina en base a la demanda del nicho identificado, esto es 9.944,30 clientes potenciales, lo que nos da como resultado la cobertura de 5 viajes por día, a cualquiera de nuestras 5 rutas disponibles:

- Escape a la ruta del cacao.
- Puerto El Morro -General Villamil Playas.
- Bucay-Hacienda Pachakay - San Rafael.
- Paseo al Santuario de Narcisca de Jesús.
- Escape a la Hacienda Manada Equina Chongón.

9.1.5 Ubicación del Proyecto

Se alquilará instalaciones de oficinas compartidas por horas específicas: COWORK OBC ubicado en el Centro comercial Albán Borja.

Ilustración 4: FOTOGRAFIA DE PUNTO-OFICINA DE COWORK OBC



Fuente: Instagram Cowork OBC

Zonas compartidas

Las zonas compartidas del coworker son la recepción, sala de reunión, baños, área social general.

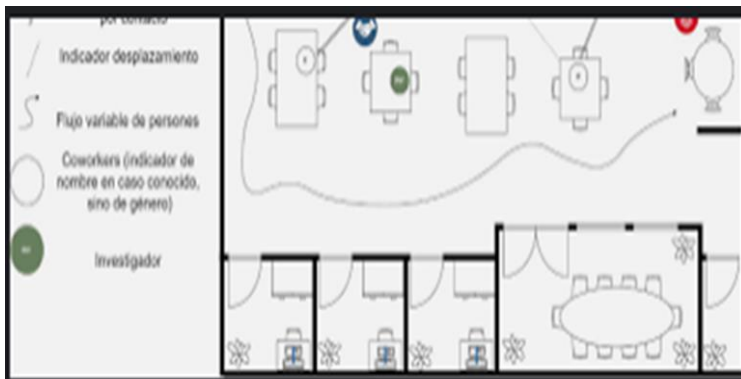
Ilustración 5: ZONAS COMPARTIDAS DE COWORKER



Fuente: Instagram Cowork OBC

9.1.6 Diseño arquitectónico

Ilustración 6: DISEÑO ARQUITECTONICO DE OFICINAS



Fuente: web Cowork OBC

De acuerdo con las necesidades de la operación y valorando los espacios alquilados, se propone una distribución en vertical como se muestra en la imagen. La recepción compartida donde una recepcionista general recibe a todos los clientes y los direcciona a las islas de trabajo según la empresa. Contaremos con 2 escritorios de servicio, donde se

situará el cliente y el operador. Una estación de trabajo para el Gerente General, una estación de trabajo para el Coordinador Comercial y MKT y una mesa de trabajo para 4 personas. El uso de la sala será programado de acuerdo con planificaciones de Gerencia General y Asistente Administrativo.

Esta distribución de espacios permitirá cumplir el flujo de atención y operación de la empresa. Sus espacios son amplios, ventilados, iluminados y acogedores. Permite la circulación del personal de forma cómoda y a su vez con el espacio individual que le permita tener concentración y un ritmo de trabajo productivo.

9.1.7 Balance de costos

Tabla 3: SOFTWARE Y EQUIPOS, COSTOS FIJOS Y COSTOS VARIABLES EN LA OPERACIÓN

ESTRUCTURA DE COSTOS PARA LA PRODUCCIÓN DEL SERVICIO							
CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL		
SOFTWARE - PLATAFORMAS DE TRABAJO				\$	2.660,00	\$	2.660,00
CRM	1	1	1000	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00		
MICROSOFT OFFICE	8	1	20	\$ 160,00	\$ 160,00		
CREATIVE CLOUD	1	1	1500	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00		
COSTOS INDIRECTOS				\$	2.660,00	\$	2.660,00
HOJAS A4	4	1	6,5	\$ 26,00	\$ 312,00		
PLUMAS	20	1	\$ 1,80	\$ 36,00	\$ 432,00		
CARPETAS	50	1	\$ 1,50	\$ 75,00	\$ 900,00		
MATERIALES DE OFICINA	50	1	\$ 1,05	\$ 52,50	\$ 630,00		
MUEBLES Y ENSERES				\$	189,50	\$	2.274,00
ESCRITORIOS	4	1	\$ 250,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00		
SILLAS	6	1	\$ 55,00	\$ 330,00	\$ 330,00		
COSTOS FIJOS				\$	1.330,00	\$	1.330,00
CO-WORKING - ALQUILER	1	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 3.600,00		
AGUA	1	1	\$ 80,00	\$ 80,00	\$ 960,00		
ELECTRICIDAD	1	1	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00		
INTERNET	1	1	\$ 25,00	\$ 25,00	\$ 300,00		
CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	1	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00		
COMUNICACIONES	1	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00		
SERVICIOS CONTABLES	1	1	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00	\$ 1.200,00		
SERVICIOS LEGALES	1	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00		
SEGUROS	1	1	\$ 1.580,00	\$ 1.580,00	\$ 1.580,00		
PLAN RSE	1	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00		
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	6	1	\$ 500,00	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00		
REGISTRO DE MARCA	1	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 350,00		
HOSTING	1	1	\$ 250,00	\$ 250,00	\$ 250,00		
DESARROLLO DE PÁGINA WEB	1	1	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00		
				TOTAL	\$	8.924,00	

Fuente: elaboración propia

Tabla 4: COSTOS DIRECTOS Y VARIABLES DEL SERVICIO

COSTOS DIRECTOS / VARIABLES			
1	Transporte	\$	15,00
2	Guía turístico	\$	7,00
3	Enfermera	\$	7,00
4	Alimentación	\$	12,00
5	Movilización adicional por viaje	\$	5,00
6	Otros (botiquín, vasos, agua,	\$	2,00
TOTAL		\$	48,00

Fuente: elaboración propia

Tabla 5: PLAN DE INVERSIONES

PLAN DE INVERSIONES	
ACTIVOS FIJOS	
TERRENO	
OBRAS CIVILES	\$ 850,00
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.930,00
MAQUINARIAS	
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 4.450,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 7.230,00
ACTIVOS DIFERIDOS	
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 350,00
REGISTRO DE MARCA	\$ 350,00
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	\$ 350,00
HOSTING/DOMINIO	\$ 250,00
DEPÓSITO ALQUILER	\$ 300,00
PATENTES Y LICENCIAS	
GASTOS FINANCIEROS PREOPERATIVOS	\$ -
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$ 1.600,00
CAPITAL DE TRABAJO	
FACTOR CAJA	0
CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO	\$ -
CAPITAL DE TRABAJO ADM. Y VTAS	
IMPREVISTOS (5%)	\$ 361,50
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 361,50
TOTAL PLAN DE INVERSIONES	\$ 9.191,50
FUENTES DE FINANCIAMIENTO	
PRESTAMO BANCARIO	\$ -
APORTE DE CAPITAL	\$ 9.191,50
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 9.191,50

Fuente: elaboración propia

9.1.8 Vida útil de proyecto: 5 años

El objetivo inicial de nuestro proyecto es perdurar en el tiempo y dejar un legado como marca, realizar una inversión que tenga utilidad infinita. Pero no podemos asegurar el éxito al 100% del proyecto. Viajero Valioso está estructurado con base en investigación de datos, los cuales son influenciados y sujetos a cambios por diversos factores externos: sociales, económico, tecnológicos, ambientales y legales.

Se expone los siguientes puntos para dar soporte al enunciado anterior.

El proyecto Operador turístico Viajero Valioso se encuentra basado en estadísticas y tendencias de consumo a primer trimestre 2022.

Los valores de las proyecciones reflejados en los flujos financieros tendrán menos relevancia en la estimación de los diversos criterios de evaluación; a medida que estén más alejados del inicio del proyecto, son variables que están sujetas a cambios económicos, socioculturales e inflación.

Este análisis determina que el proyecto “Viajero Valioso” evaluará su vida útil del proyecto en periodos de 5 años en 5 años.

Se determina en base al periodo de obsolescencia o depreciación de aquellos activos fijos de mayor importancia en el servicio; como, por ejemplo: equipos de cómputo, muebles de oficina, software, etc. Este intervalo de tiempo permitirá a la empresa evaluar el posicionamiento de la marca, margen de utilidad y su proyección de crecimiento en el mercado. Estos factores determinaran si el proyecto está en la capacidad de invertir para renovar sus activos más importantes o adquirir otros activos importantes y anteriormente tercerizada dentro de su operación (unidad de transporte) para seguir con su línea de negocio.

9.1.9 Estructura jurídica del negocio

La estructura jurídica de la empresa permite que los dueños, socios o accionistas de una empresa limiten su responsabilidad personal y al mismo tiempo aprovechen los beneficios relacionados con los impuestos y la flexibilidad que otorga una sociedad.

Según el Art. 41 del Código Civil (CIVIL) define a la persona como aquel individuo de la especie humana, cualesquiera que sean su edad, sexo o condición, y la divide en ecuatoriano y extranjero.

El proyecto tendrá como estructura jurídica la figura de PERSONA JURIDICA, la cual se define: El Código Civil del Ecuador define a la persona jurídica de la siguiente

manera: “Art. 564. - Se llama persona jurídica una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles, y de ser representada judicial y extrajudicialmente. En su constitución las personas jurídicas están formadas por personas físicas, pero responden ante terceros con un patrimonio propio y no con el patrimonio de cada uno de sus miembros, salvo excepciones plasmadas en la misma ley o en leyes especiales.

Existen dos tipos de personas jurídicas:

Personas jurídicas de derecho público: Aquéllas que representan a la autoridad en sus funciones administrativas (el Estado, las municipalidades, etc.).

Personas jurídicas de derecho privado: aquéllas que dependen de la iniciativa particular, siendo de dos tipos: Las que persiguen fines de lucro llamadas sociedades civiles y comerciales y las que no persiguen ganancias, como las corporaciones y las fundaciones.

Las personas jurídicas constituyen un medio de asociación entre varias personas naturales, esto se lo conoce como “Sociedad” que nuestro Código Civil en su Art. 1957 la define como: «Sociedad o compañía es un contrato en que dos o más personas estipulan poner algo en común, con el fin de dividir entre sí los beneficios que de ello provengan. Según lo dispuesto en el Art. 1959 del código ibídem, entre los requisitos necesarios para que la sociedad sea considerada como tal, sus socios deben aportar una cosa en común sea dinero, trabajo o servicios consistentes en dinero, industria. El Código Civil distingue dos tipos de sociedades: civil y comercial, y son aquellas que se forman para aquellos actos que la ley califica como comerciales, el resto son sociedades civiles.

Respecto a los tipos de personas jurídicas en los ámbitos que la ley los regula para el ejercicio de sus actividades habituales, el literal b) del Art. 10 del Código de Comercio (COMERCIO) determina que: «Art. 10.- Se considerarán comerciantes o empresarios, y estarán sometidos por tanto a las disposiciones de este Código: b) Las sociedades que se encuentran controladas por las entidades rectoras en materia de vigilancia de sociedades, valores, seguros y bancos, según corresponda, en función de sus actividades de interrelación».

9.1.9.1 Sociedad por Acciones Simplificadas: Viajero Valioso

Con la expedición de la Ley Orgánica de Emprendimiento e Innovación (LEY ORGANICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION, 2020), nace una nueva figura de persona jurídica denominada “Sociedad por Acciones Simplificadas – SAS”, este tipo de sociedad es mercantil independientemente de sus actividades operacionales, sus accionistas son responsables limitadamente hasta por el monto de sus respectivos aportes y

una vez una vez inscrita en el Registro de Sociedades de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, formará una persona jurídica distinta de sus accionistas.

Esta persona jurídica tiene como objetivo permitir que los emprendimientos sean formalizados, y facilitar que emprendedores y organizaciones ya existentes encuentren un entorno propicio para llevar a cabo sus actividades, pero están impedidas realizar actividades relacionadas con operaciones financieras, de mercado de valores, seguros y otras que tengan un tratamiento especial, de acuerdo con la Ley.

Se selecciona ser una empresa en la figura de Persona Jurídica denominada “Sociedad por Acciones Simplificadas – SAS”, debido a la naturaleza del negocio INTERMEDIACION TURISTICA y debido a las siguientes características ventajosas para nuestro giro de negocio: (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS, 2022)

1. La constitución de la empresa es rápida, ágil, los trámites son sencillos y lineales, la documentación que se requiere es mínima.
2. Los costos de inversión para la constitución de la empresa son bastante bajos y no hay necesidad de hacer mayores pagos legales.
3. Los documentos contables que deben presentarse y llevar en la vida jurídica son bastantes básicos.
4. Las empresas constituidas bajo la forma de persona natural pueden ser liquidadas o vendidas fácilmente.
5. Tienen la flexibilidad de cambiar el giro de negocio, si el inicial no obtiene los resultados esperados.
6. Las acciones son libremente negociables a menos que en el estatuto se estipule la prohibición de hacerlo. Esta prohibición no durará más de 10 años.
7. Tienen la oportunidad de acogerse a regímenes más favorables para el pago de impuestos.
8. Autonomía para estipular libremente las normas que más se ajusten al negocio.
9. La propiedad, el control y la administración recae en una sola persona como representante legal.
10. Tiene la flexibilidad para ampliar o reducir el patrimonio de la empresa sin ninguna restricción, estructura flexible de capital.

9.1.9.2 Ámbito Legal de las agencias de servicios turísticos

De acuerdo con el reglamento de operación e intermediación turística (turística), (Acuerdo Ministerial 21, Registro Oficial 783 de 24-jun.-2016, 2016), Estado: Vigente

Art. 1.- Objeto. - El presente reglamento regula las actividades de operación e intermediación turística, las cuales se encuentran contenidas en la Ley de Turismo y su reglamento.

Art. 2.- Ámbito. - Las disposiciones del presente reglamento son de aplicación y observancia obligatoria a nivel nacional.

Art. 15.- Clasificación. - Para la ejecución de las actividades de operación e intermediación turística, se reconoce la siguiente clasificación de agencias de servicios turísticos:

- Agencia de viajes mayorista;
- Agencia de viajes internacional;
- Operador turístico; y,
- Agencia de viajes dual.

La clasificación determinada en el presente artículo es aplicable en el territorio ecuatoriano, la misma no guarda relación alguna con clasificaciones internacionales a la cuales podrán o no acceder las agencias de servicios turísticos.

Art 18.- Operador turístico. - Es la persona jurídica debidamente registrada ante la autoridad nacional de turismo que se dedica a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país. Sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o a través de las demás clasificaciones de agencias de servicios turísticos.

Por lo cual, el proyecto turístico Viajero Valioso se clasifica como Operador e Intermediación Turística.

9.1.9.3 Acuerdo entre socios

El pacto de socios en un acuerdo suscrito por los socios de una empresa cuya finalidad es regular las relaciones internas dentro de la empresa, así como establecer las vías de solución de los conflictos que puedan surgir. Si bien un pacto de socios se puede realizar en cualquier momento de la vida de una empresa lo más adecuado es firmarlo antes de la constitución de la misma para sentar las bases de la futura relación entre los socios y evitar con ello incertidumbres, desavenencias y, en definitiva, posibles conflictos que ponga en peligro la marcha de la empresa. Otra posibilidad es realizar este acuerdo, coincidiendo

con la propia constitución de la empresa. En Ecuador los pactos para sociales, pactos extraestatutarios y acuerdos entre socios no son comunes, en nuestra empresa se realizará un acuerdo entre los socios que deseen invertir en la empresa como mecanismo para definir directrices, responsabilidades y establecer ciertas reglas y compromisos de los socios.

El contenido y alcance del acuerdo dependerá de la voluntad de las partes de reforzar reglas establecidas en el contrato social para regularizar y delimitar parámetros mínimos sobre su relación dentro del negocio. Todo esto con el objetivo de mantener de forma armoniosa y claras las relaciones empresariales entre los socios o accionistas y el compromiso de todos frente a la sociedad como figura jurídica. Se estipula y se elige utilizar la figura jurídica de SOCIEDAD POR ACCIONES SIMPLIFICADA SAS, que se encuentra reglamentada según la Ley 1258 de 2008. Dicha sociedad podrá constituirse por una o varias personas naturales o jurídicas, quienes solo serán responsables hasta el monto de sus respectivos aportes. Es importante recordar que los socios son los responsables limitadamente a nivel jurídico, que su alcance va hasta por el monto de sus respectivos aportes al capital de la compañía, y conforme a todo lo que se encuentra descrito en la Guía de Constitución de Sociedades por Acciones Simplificadas vigentes en la ley ecuatoriana.

9.1.9.4 Obligaciones legales del empresario turístico

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS (SERVICIO DE RENTAS INTERNAS)

Anexo accionistas, partícipes, socios, miembros del directorio y administradores.

Anexo de Retenciones en la Fuente por Relación de dependencia.

Anexo Transaccional simplificado.

Impuesto a la renta sociedades.

Declaración retenciones a la fuente.

Declaración de IVA

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS (SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑÍAS, 2022)

Presentación de Estados Financieros

Informe de Comisario

Informe a Junta de Accionistas

Nómina de Administradores

Ministerio de Turismo (MINISTERIO DE TURISMO)

Declarar su inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación), sobre el cual se hará el cálculo del 1x1000.

Pago de la contribución 1x1000.

Obtener y actualizar la Licencia Anual de Funcionamiento en el GAD.

9.1.10 Tipos de contratos

Los contratos que se ejecutarán son para: colaboradores, proveedores y clientes.

Relaciones jurídicas al interior y al exterior

9.1.10.1 Contratos Laborales: trabajadores

Como empresa estamos obligados a cumplir legalmente lo siguiente:

- Registro Patronal en el IESS
- Avisos de Entrada y Salida de Personal en el IESS
- Inscripción Contrato Trabajo en el MDT
- Legalización de Beneficios Sociales en el MDT
- Reglamentos de Trabajo en el SUT
- Pago de Salario Digno, Utilidades y Décimos en el MDT
- Seguridad y Salud ocupacional en el SUT
- Pago de Fondos de Reserva en el IESS
- Pago de Aportes Patronales en el IESS
- Legalización Actas de Finiquito en el MDT

Todos los colaboradores tienen contrato productivo a plazo fijo con 90 días prueba. El contrato se lo renovará al año y pasará a la figura de Contrato Indefinido luego de una evaluación de desempeño. Es muy útil para la empresa porque le permite evaluar la situación económica de la empresa y para definir su plantilla de nómina. Si el patrono despide al colaborador, sin razón aparente amparada en el código de trabajo, aplica el despido intempestivo, por lo que debe pagar todas las indemnizaciones al desvinculado.

Los contratos a celebrarse entre las partes describirán:

- Cargo
- Objetivo, funciones
- Tipo de trabajo

- Horarios de trabajo o jornadas especiales si estas aplicasen de acuerdo al cargo
- El lugar que debe ejecutarse el trabajo o la obra
- Los rubros, la cuantía y la forma de pago
- Las garantías laborales
- Las formas de terminar la relación de trabajo

Posterior a la firma y aceptación del contrato por parte del colaborador se procederá a su registro en la plataforma del MDT (MINISTERIO DE TRABAJO), IESS dentro de los treinta días siguientes, y puede conferirse copias a quien lo solicite. El contrato de trabajo es importante porque establece las reglas bajo las que una persona fue contratada. Ahí estará el sueldo, el horario y cualquier otro detalle bajo el que luego el trabajador o el empleador podrán defenderse en alguna acción legal o circunstancia de visto bueno. Es de suma importancia que todas las empresas y personas jurídicas respeten las normas y leyes laborales, civiles, gubernamentales y símiles, ya que garantizan un trato justo para la comunidad, clientes, usuarios, empleados y entidades gubernamentales. El cumplimiento evita a la empresa contratiempos legales que puedan ser perjudiciales para su marca y prestigio dentro del mercado en el que se desenvuelve.

9.1.10.2 Contratos con proveedores

En cuanto a la gestión del negocio se ha visto necesaria la elaboración de acuerdos con los Proveedores de destinos turísticos y complementarios, con quienes se acordarán costos, fechas especiales, actividades extras y descuentos de cada paquete turístico en el cual se incluya a sus instalaciones y/o servicios.

Dentro del contrato se mencionarán los costos preferenciales que los proveedores otorgaran a nuestra empresa, así mismo, cláusulas en donde se comprometen a cumplir los términos y condiciones del servicio turístico desde su llegada hasta su partida, definiendo un check-in y un check-out y fechas de pagos acordados.

También se elaborarán contratos de compromiso con los proveedores de transporte y actividades extras (si se requieren) que se utilizarán para cumplir con el pack turístico, con la finalidad de que sean de excelente calidad, servicio garantizado y se cubran demás solicitudes y/o necesidades que sean requeridas por parte de nuestros clientes.

Se fijarán los precios y descuentos especiales por superar la cantidad de servicios turísticos planificados mensualmente en sus instalaciones. Además de períodos y formas de pago por parte del proveedor y/o contratante.

9.1.10.3 Contratos de servicio: clientes

El servicio postventa empezará en el momento en el que se haga efectiva la compra del paquete turístico.

Por la naturaleza de nuestros clientes tendrán la flexibilidad de un anticipo del 60% para separar fechas y el 40% de saldo 48 horas antes de la fecha planificada.

El cliente tendrá diferentes canales para poder mantener una pronta comunicación con la empresa, atender solicitudes, dudas y demás consultas.

Se considerarán comentarios y solicitudes puestos en redes sociales, vía mail, etc. para poder ser atendidos y respetados.

Todos los paquetes turísticos tendrán un acuerdo de garantía de servicio que se le entregará al cliente, en donde se manifestará el compromiso de entregar al consumidor servicios que sean de calidad.

Estos contratos de garantía de servicio tendrán definidas las condiciones por las cuales aplicará garantía, es decir, se podrá reponer el valor del servicio sin ningún recargo adicional, su sustitución o rebaja en el precio.

Debido a que nuestro servicio será marketeado por medio de redes sociales e internet se tomará en consideración todo aquello que aplique a nuestro servicio y señalado en la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor (Ley Orgánica de Defensa del Consumidor), la cual busca proteger los intereses de los ciudadanos ecuatorianos por parte de las empresas y/o similares. La ley establece aquellos mecanismos a utilizar para el control de calidad, los procedimientos de defensa del consumidor, la reparación e indemnización por deficiencias, daños y mala calidad de bienes y servicios. Además de la regulación de la publicidad y su contenido expuesto en redes sociales e internet.

9.1.11 Propiedad intelectual: derechos de autor, marcas, logos, protección ante el Senadi. (SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELECTUALES, 2022)

Habilitantes para el funcionamiento intelectual

9.1.11.1 Objetos de protección del negocio

La empresa como persona jurídica poseerá un nombre, slogan y logo que los identifique como marca. Por lo que es necesario protegerlas para evitar cualquier replica o posible contratiempo con los clientes y competidores. El SENADI, Servicio Nacional de

Derechos Intelectuales es el organismo técnico de derecho público, adscrito a la Secretaría de Educación Superior, Ciencia, Tecnología e Innovación, y autoridad nacional competente, que ejerce las facultades de regulación, gestión y control de los derechos intelectuales. Apegados a la Ley de Propiedad Intelectual (Ley de propiedad intelectual) y según el Art.1. El Estado reconoce, regula y garantiza la propiedad intelectual adquirida de conformidad con la ley, las Decisiones de la Comisión de la Comunidad Andina y los convenios internacionales vigentes en el Ecuador.

Búsqueda fonética Sirve para verificar si existe en el Ecuador marcas idénticas o similares a la que se pretenda registrar, o que ya se encuentren registradas con anterioridad. Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las actividades turísticas definidas. Constituye un requisito previo a la obtención del Registro Turístico.

Título de Registro de Signo Distintivo Documento de protección o derecho al uso exclusivo de una marca (signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo.)

Toda persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera que requieran el derecho al uso exclusivo de la marca.

La propiedad intelectual comprende:

- Los derechos de autor y derechos conexos.
- La propiedad industrial, que abarca, entre otros elementos, los siguientes:
 - Las invenciones;
 - Los dibujos y modelos industriales;
 - Los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados;
 - La información no divulgada y los secretos comerciales e industriales;
 - Las marcas de fábrica, de comercio, de servicios y los lemas comerciales;
 - Las apariencias distintivas de los negocios y establecimientos de comercio;
 - Los nombres comerciales;
 - Las indicaciones geográficas; e,
 - Cualquier otra creación intelectual que se destine a un uso agrícola, industrial o comercial.
- En cuanto a la patente del negocio se la realizará bajo la figura de producto turístico.

9.1.11.2 Producto turístico: servicio

El producto se puede definir como "un complejo de atributos tangibles o intangibles, precio, prestigio del fabricante y del vendedor, que el comprador puede aceptar como algo que satisface sus deseos o necesidades." Conceptualizamos el producto turístico observando las diferencias existentes entre éste y el producto en general:

Intangibilidad: Significa que no se puede oler, tocar y sentir. Por ejemplo, cuando queremos vivir la experiencia de un viaje, es imposible que se pueda traer la habitación para verla, esto quiere decir la intangibilidad, lo único.

Caducidad: Los productos turísticos no son almacenables, por lo que o se consumen en el momento programado o se pierden. Esta caducidad, afecta por ejemplo a la industria hotelera de forma que se debe optar, por vender a ritmo de mercado, directamente al público, o vender con antelación a través de intermediarios.

Agregabilidad: El producto turístico se puede formar de la agregación de varios productos, de ahí que se debe llevar un control de la calidad de cada elemento. Esto implica que los precios pueden variar eliminando o agregando servicios al paquete ya existente, creándose así nuevos productos.

Heterogeneidad: Permite en muchas ocasiones confeccionar productos "a medida", y no sólo se individualiza el producto de forma consciente, sino que un viaje será distinto de otro aun teniendo las mismas características.

Simultaneidad de producción y consumo: Mientras que los productos en general son fabricados, comprados y posteriormente consumidos, los productos turísticos, son primero, comprados, y en segundo lugar son producidos y consumidos simultáneamente. Esto implica que los servicios no se pueden separar de aquellos que los prestan, por lo que no se trae el producto al consumidor, sino que se lleva el consumidor a donde está el producto.

9.1.11.3 Registro de marca: Viajero Valioso

Una marca es un signo que distingue un servicio o producto de otros de su misma clase o ramo. Puede estar representada por una palabra, números, un símbolo, un logotipo, un diseño, un sonido, un olor, la textura, o una combinación de estos.

Para efectos del registro de marcas deben distinguirse los tipos y las clases de marcas.

Las búsquedas fonéticas nos sirven para verificar si existe en el Ecuador marcas

idénticas o similares a la que pretendemos registrar, o que ya se encuentren registradas con anterioridad, el costo es de \$16.00.

El trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Marcas \$ 208,00 USD. La protección de la marca tiene una duración de 10 años, y siendo renovables indefinidamente, la renovación se la puede realizar entre los seis meses antes y seis meses de la fecha de vencimiento.

Proceso en línea:

- 1.- Ingresar en la página del SENADI: www.derechosintelectuales.gob.ec
- 2.- Seleccione PROGRAMA/SERVICIOS
- 3.- Ingrese opción CASILLERO VIRTUAL
- 4.- llene los datos que le solicitan en el CASILLERO VIRTUAL (Si es persona natural ponga sus datos con su número de cédula de ciudadanía y si es persona jurídica coloque los datos con el RUC de la empresa).

10.7 Comercio electrónico

10.7.1 Distribución, venta, compra, suministro de información de productos o servicios a través de páginas web u otros medios digitales. Necesidades y aspectos legales importantes en este sentido.

El turista a nivel global decide su destino de una forma diferente, ya no desea solo visitar el sitio turístico, sino que busca vivir y sentir el destino en el que está interesado. Cuando estamos interesados en algún destino turístico, lo primero que se hace antes de viajar es utilizar los buscadores, consultar sitios turísticos en internet, y aquellas páginas que más detallen el lugar donde se decide viajar. Nuestro viajero valioso y moderno se prepara para visitar un destino, ya sea por iniciativa propia, con la ayuda de un familiar o persona cercana. Utiliza redes sociales, enlaces turísticos en buscadores, blog, portales de fotos, mensajería instantánea, comunidades de viajeros, entre otros.

Nuestra empresa tendrá presencia en redes sociales y en sitios web, todos ellos con la información trascendente de nuestros servicios y con los enlaces que permitan un acercamiento, negociación y compra de nuestros paquetes turísticos, todo esto por medio de nuestra web. Por lo cual nuestro proyecto Viajero Valioso contempla los siguientes aspectos legales referentes al comercio electrónico y al giro de negocio turístico.

De los organismos de promoción y difusión de los servicios electrónicos, y de regulación y control de las entidades de certificación acreditadas

Art. 36.- Organismo de promoción y difusión. - Para efectos de esta Ley, el Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, "COMEXI", será el organismo de promoción y

difusión de los servicios electrónicos, incluido el comercio electrónico, y el uso de las firmas electrónicas en la promoción de inversiones y comercio exterior.

Ley de comercio electrónico (Ley de Comercio Electrónico), firmas electrónicas y mensajes de datos

Título Preliminar

Art. 1.- Objeto de la Ley. - Esta Ley regula los mensajes de datos, la firma electrónica, los servicios de certificación, la contratación electrónica y telemática, la prestación de servicios electrónicos, a través de redes de información, incluido el comercio electrónico y la protección a los usuarios de estos sistemas.

Capítulo I, Principios generales

Art. 2.- Reconocimiento jurídico de los mensajes de datos. - Los mensajes de datos tendrán igual valor jurídico que los documentos escritos. Su eficacia, valoración y efectos se someterá al cumplimiento de lo establecido en esta Ley y su reglamento.

Art. 3.- Incorporación por remisión. - Se reconoce validez jurídica a la información no contenida directamente en un mensaje de datos, siempre que figure en el mismo, en forma de remisión o de anexo accesible mediante un enlace electrónico directo y su contenido sea conocido y aceptado expresamente por las partes.

Art. 21.- Uso del certificado de firma electrónica. - El certificado de firma electrónica se empleará para certificar la identidad del titular de una firma electrónica y para otros usos, de acuerdo con esta Ley y su reglamento.

Capítulo II, De los certificados de firma electrónica

Art. 20.- Certificado de firma electrónica. - Es el mensaje de datos que certifica la vinculación de una firma electrónica con una persona determinada, a través de un proceso de comprobación que confirma su identidad.

Protección de datos personales: información sensible, confidencialidad

Nuestro proyecto innovador, contempla dentro de su planificación de marketing las nuevas formas de comercialización electrónicas, a partir de la gestión de la información en las organizaciones, mediante el empleo de las herramientas de la web 2.0. Por lo cual la empresa se regulará de acuerdo con la legalidad correspondiente, enmarcando sus procesos internos de acuerdo a su alcance y responsabilidades. Si existiese alguna contravención que afecte directa o indirectamente a la empresa, estas serán abordadas de acuerdo al marco legal correspondiente, a continuación:

Art. 4.- Propiedad Intelectual. - Los mensajes de datos estarán sometidos a las leyes, reglamentos y acuerdos internacionales relativos a la propiedad intelectual.

Art. 5.- Confidencialidad y reserva. - Se establecen los principios de confidencialidad y reserva para los mensajes de datos, cualquiera sea su forma, medio o intención. Toda violación a estos principios, principalmente aquellas referidas a la intrusión electrónica, transferencia ilegal de mensajes de datos o violación del secreto profesional, será sancionada conforme a lo dispuesto en esta Ley y demás normas que rigen la materia.

Art. 9.- Protección de datos. - Para la elaboración, transferencia o utilización de bases de datos, obtenidas directa o indirectamente del uso o transmisión de mensajes de datos, se requerirá el consentimiento expreso del titular de éstos, quien podrá seleccionar la información a compartirse con terceros. La recopilación y uso de datos personales responderá a los derechos de privacidad, intimidad y confidencialidad garantizados por la Constitución Política de la República y esta ley, los cuales podrán ser utilizados o transferidos únicamente con autorización del titular u orden de autoridad competente.

9.1.11.4 Permisos, certificaciones, licencias u otros que requiera el negocio para inicio y mantenimiento.

Habilitantes para el funcionamiento sanitario y arrendamiento mercantil

Relaciones con el estado:

Viajero Valioso, deberá caracterizarse por la capacidad de servir al desarrollo turístico, aportar positivamente a la sociedad y el entorno en donde desarrollaran sus actividades, con un impacto positivo en lo legal, tributario o al desarrollo económico del estado ecuatoriano.

9.1.11.4.1 Consejo de la Judicatura y Registro Mercantil Legalización de Contrato de arrendamiento

La legalización del contrato de arrendamiento es un requisito para la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), en caso de arrendar un establecimiento para el desarrollo de la actividad turística.

Contrato de arrendamiento legalizado.

La legalización del contrato de arrendamiento se realiza en una Notaría.
Contrato de arrendamiento mercantil.

La legalización del contrato de arrendamiento mercantil se realiza en el

Registro Mercantil. (REGISTRO MERCANTIL)

9.1.11.4.2 Agencia nacional de regularización, control y vigilancia sanitaria

Permiso sanitario de funcionamiento Documento habilitante para el funcionamiento de los establecimientos sujetos a control y vigilancia sanitaria.

Toda persona natural o jurídica, sea nacional o extranjera que tenga como actividad económica el servicio de alimentos y bebidas de forma directa o complementaria al servicio o producto. (ARCSA)

9.1.11.5 Habilitantes para el funcionamiento: turístico y ambiental

Ministerio de turismo

Registro Turístico: Es la acreditación otorgada por el Ministerio de Turismo para operar como prestador de servicio turístico. El registro debe realizarlo previo al inicio de actividades y por una sola vez. Mediante el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda. En el Cantón Quito se tramita ante la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico – Quito Turismo.

Licencia de Guías: Es la acreditación otorgada por el Ministerio de Turismo para el ejercicio profesional de los guías de turismo según su clasificación: local, nacional y nacional especializado (patrimonio turístico o aventura). (MINISTERIO DE TURISMO)

Ministerio del ambiente

Patente Anual de Operación Turística: Documento único habilitante para poder realizar actividades turísticas con fines comerciales en las zonas del Sistema Nacional de Áreas Protegidas del Ecuador (SNAP). Toda operadora turística sin excepción está obligada a obtener este permiso.

Certificado de Registro Ambiental: Documento habilitante para las actividades con un bajo impacto ambiental detalladas en el Catálogo de Categorización Ambiental Nacional. Toda persona natural y/o jurídica que se encuentre en ejecución de un proyecto, obra o actividad.

Licencia ambiental: Es la autorización para la ejecución de un proyecto, obra o actividad que pueda causar impacto ambiental. Toda persona natural y/o jurídica que se encuentre en ejecución de un proyecto, obra o actividad. (MINISTERIO DE AMBIENTE)

9.1.11.6 Habilitantes para el funcionamiento: municipal

Gad Municipal: Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación de servicios turísticos, debe gestionar la Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF) Autorización legal otorgada a los establecimientos turísticos, que acredita la idoneidad del servicio que ofrece y se sujeta a las normas técnicas de calidad vigentes, sin la cual no pueden operar dentro de la jurisdicción del cantón. El valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente, los valores podrán ser ajustados anualmente.

Patente Municipal: Toda persona natural o jurídica que se dedique a la prestación de servicios turísticos. Documento obligatorio para ejercer permanentemente actividades comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Permiso de funcionamiento del Cuerpo de Bomberos: Toda persona natural o jurídica, que requiera iniciar algún tipo de actividad turística. Autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad. (MUNICIPIO DE GUAYAQUIL)

9.1.11.7 Permisos para ejercer actividades turísticas

Licencia anual única de funcionamiento

En nuestro caso, nos dedicamos a la actividad turística, por lo cual de acuerdo a las localidades donde se operarán se debe tramitar esta licencia en cada GAD municipal. Este trámite consiste en la obtención de la Licencia Única Anual de Funcionamiento que constituye la autorización legal otorgada por el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal a los establecimientos y o empresas turísticas registradas y dedicadas a actividades y servicios turísticos ubicadas en la jurisdicción del cantón según corresponda. Los beneficiarios son todos los ciudadanos, persona jurídica privada o pública, persona natural ecuatoriana o extranjera; que sean promuevan servicios turísticos según lo estipula la ordenanza establecida por el GAD-Municipal para los ciudadanos que requieran hacer actividades turísticas en el cantón o parroquia. Dirigido a: Persona Jurídica - Privada, Persona Jurídica - Pública, Persona Natural - ecuatoriana, Persona Natural - Extranjera.

Requisitos para obtener la licencia

- a. Solicitud en formulario correspondiente
- b. Pago de tasa de trámite
- c. Informe técnico de prevención de incendio
- d. Copia de cédula de identidad y certificado de votación

- e. Copia del RUC.
- f. Certificado de uso de suelo
- g. Copia certificada del registro de turismo, conferido por el ministerio de turismo.
- h. Pago del impuesto de patente municipal
- i. En el caso de personas jurídicas se requiere adjuntar certificado del nombramiento del representante legal.
- j. Copia categorización emitida por el MINTUR.
- k. Copia del recibo del pago del 1x1000 de los activos fijos que se realizan en el Ministerio de Turismo del año vigente.

El costo del trámite es por la Tasa administrativa \$3,00 y el valor de la licencia según Liquidación de cada GAD según corresponda.

Permiso del ministerio de turismo

Los negocios turísticos a nivel nacional deberán obtener de forma obligatoria el Permiso de Funcionamiento que es emitido por la Agencia, Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), tal como lo establece el Acuerdo Ministerial 4712 que se encuentra vigente desde el pasado 13 de marzo de 2014.

Aspectos tributarios: impuestos vinculados a presupuesto y tipo de negocio.

Información legal y tributaria para la creación y funcionamiento de empresas turísticas: Una vez que se tiene puntualizada la actividad turística a desarrollar se debe considerar la forma legal de cómo se va a operar, esto es mediante la definición de la constitución de la empresa como persona jurídica, o mediante la figura de persona natural con actividad económica. Es importante destacar que, ciertas actividades permiten la operación solamente como persona jurídica, mientras que para otras es opcional la operación como persona jurídica o persona natural.

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El proyecto Viajero Valioso, nace a partir de un estudio a las necesidades expuestas por lo diferentes grupos de adultos mayores, a través de entrevistas, grupos focales y encuestas. El gusto por los viajes, contacto con la naturaleza, el folklore, gastronomía y cultura de las diferentes ciudades de nuestra provincia, es de mucha importancia para ellos, sin embargo, se sienten limitados al no contar la opción de una alternativa de servicio que

les brinde la oportunidad de conocer nuevos lugares, compartir tiempo con personas de su edad, recibiendo las condiciones y seguridades requeridas por ellos. Ante lo cual Viajero Valioso ve la oportunidad de brindar un servicio de entretenimiento turístico, ofreciendo paquetes de turismo diseñados con todas las características necesarias para cubrir las exigencias de este segmento de clientes y hacer de cada viaje una experiencia inolvidable para ellos.

La estrategia corporativa esta basada en la Calidad de servicio, seguridad, seriedad, comodidad, y tranquilidad, enfocados en un nicho específico de adultos mayores. La fortaleza competitiva de Viajero Valioso, está en las alianzas estratégicas con sus colaboradores, proveedores y los diferenciales que harán de esta empresa la mejor opción de servicio turístico para sus clientes.

Los precios de los servicios se determinaron de acuerdo a una investigación en el mercado y se manejarán costos basados en valores referenciales de costo del producto de \$48,00, con un margen de utilidad de 31,43%, y un precio de venta de \$70,00, ya que los adultos mayores están dispuestos a pagar por este servicio hasta \$100,00 dólares, según las encuestas aplicadas.

La capacidad productiva de Viajero Valioso se determina en base a la demanda del nicho identificado, esto es 9.944 clientes potenciales, lo que da como resultado la cobertura de 5 viajes por día a cualquiera de las 5 rutas disponibles.

Siendo la responsabilidad social parte de los valores corporativos, Viajero Valioso define a los stakeholders internos y externos como base para el desarrollo de su programa de RSE. Se implementarán programas destinados a cada grupo de interés. Para los Stakeholders internos diseñamos el Programa Educación Valiosa para colaboradores e hijos y seguro médico co-pagado para colaboradores; para los stakeholders externos tenemos el programa “Mi huella verde” orientado a la comunidad turística y a nuestra comunidad digital. Nuestros programas se alinean con los siguientes objetivos de desarrollo sostenible: ODS #4 Educación de calidad, ODS #3 Salud y bienestar y ODS #15 Vida de Ecosistemas terrestres.

El proyecto tendrá como estructura jurídica la figura de Persona Jurídica de derecho privado denominada “Sociedad por Acciones Simplificadas – SAS”. De acuerdo al Art 18, el proyecto turístico Viajero Valioso se clasifica como Operador e Intermediación Turística; con la finalidad de proteger su identidad jurídica, se contempla regular la empresa por propiedad intelectual para preservar la marca, el nombre, el logo y slogan por medio del SENADI, además de cumplir las regulaciones del Consejo de Comercio Exterior e

Inversiones, “COMEXI” y la protección de datos personales: información sensible y de confidencialidad.

En cuanto a la inversión inicial para poder implementar el negocio es de \$ 9.151,00 y tendrá una fuente de financiamiento al 100% por aporte de capital de los socios; lo que significa que no se solicitarán préstamos bancarios para ejecutar el proyecto.

El capital de trabajo evaluado debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades inmediatas y así evitar atrasos en la operatividad de la empresa.

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio; se definió un programa de producción y ventas estimado en 5 años, con una productividad durante el primer año de \$397,250.00. En cuanto a la tasa interna de retorno con un TIR de 16.50% y un VAN de 965.49.

En conclusión “Viajero Valioso” es una idea de negocio, rentable y muy atractiva para su nicho de mercado, con la visión de ser un operador turístico reconocido en nuestro país como la mejor opción de servicios turísticos para el adulto mayor.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

(s.f.). Obtenido de <https://core.ac.uk/download/pdf/29403979.pdf>

Acuerdo Ministerial 21, Registro Oficial 783 de 24-jun.-2016. (2016).

al, N. e. (2008).

ARCSA. (s.f.). Obtenido de <https://www.controlsanitario.gob.ec/>

BÓDALO. (2003: 93).

CIVIL, C. (s.f.).

COMERCIO, C. D. (s.f.).

<https://core.ac.uk/download/pdf/29403979.pdf>. (s.f.).

<https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web->

[inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/1112](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/1112)

[20_NSE_Presentacion.pdf](https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/1112_20_NSE_Presentacion.pdf). (s.f.).

LAESSER, B. y. (2009).

Ley de Comercio Electrónico. (s.f.). Obtenido de

[https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-](https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf)

[content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-](https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf)

[Mensajes-de-Datos.pdf](https://www.telecomunicaciones.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/11/Ley-de-Comercio-Electronico-Firmas-y-Mensajes-de-Datos.pdf)

Ley de propiedad intelectual. (s.f.).

Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. (s.f.).

LEY ORGANICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACION. (2020).

MINISTERIO DE AMBIENTE. (s.f.). Obtenido de <https://www.ambiente.gob.ec/>

MINISTERIO DE TRABAJO. (s.f.). Obtenido de 2022: <https://www.trabajo.gob.ec/>

MINISTERIO DE TURISMO. (s.f.). Obtenido de 2022: <https://www.turismo.gob.ec/>

MOSCHIS y ÜNAL. (2008).

MU:&IZ. (2001).

MUNICIPIO DE GUAYAQUIL. (s.f.). Obtenido de <https://www.guayaquil.gob.ec/>

OPPERMANN. (1995).

PATTERSON. (2006: 4).

PRIDEAUX. (2007).

REGISTRO MERCANTIL. (s.f.). Obtenido de

<https://www.registromercantilguayaquil.gob.ec/>

SERVICIO DE RENTAS INTERNAS. (s.f.). Obtenido de

<https://www.sri.gob.ec/web/intersri/home>

SERVICIO NACIONAL DE DERECHOS INTELLECTUALES. (2022). Obtenido de

<https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>

SHOEMAKER. (1989).

SHOEMAKER, 1., & BOKSBERGER y LAESSER, 2. (s.f.).

SUPERINTENDENCIA DE COMPAÑIAS. (2022). Obtenido de

<https://www.gob.ec/scvs/tramites/constitucion-sociedades-acciones-simplificadas>
turistica, R. d. (s.f.).