



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS**

**TÍTULO:**

**Ingeniero en Administración de empresas Turísticas y  
Hoteleras**

**Tema:**

**“Desarrollo de una aplicación de celular smartphone que  
ofrezca información turística de la Ruta Spondylus”.**

**AUTORES:**

**Peña Montero, Andrea Melissa**

**Rodríguez Loaiza, José Luis**

**TUTOR:**

**Ing. Said Diez Farhat, MBA**

**Guayaquil, Ecuador**

**2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS**

### **CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por Andrea Melissa Peña Montero y José Luis Rodríguez Loaiza, como requerimiento parcial para la obtención del Título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras.

**TUTOR (A)**

---

**Ing. Said Diez Farhat, MBA**

**DIRECTOR (A) DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 18 días del mes de Septiembre del año 2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS**

### **DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Andrea Melissa Peña Montero**

#### **DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “**Desarrollo de una aplicación de celular smartphone que ofrezca información turística de la Ruta Spondylus**” previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud a esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 18 días del mes de Septiembre del año 2015**

**AUTOR (A)**

---

**Andrea Melissa Peña Montero**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS  
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, José Luis Rodríguez Loaiza**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación “**Desarrollo de una aplicación de celular smartphone que ofrezca información turística de la Ruta Spondylus**” previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía.

Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud a esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 18 días del mes de Septiembre del año 2015**

**AUTOR (A)**

---

**José Luis Rodríguez Loaiza**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS**

### **AUTORIZACIÓN**

Yo, Andrea Melissa Peña Montero autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “**Desarrollo de una aplicación de celular smartphone que ofrezca información turística de la Ruta Spondylus**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 18 días del mes de Septiembre del año 2015**

**AUTOR (A)**

---

**Andrea Melissa Peña Montero**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS**

### **AUTORIZACIÓN**

Yo, José Luis Rodríguez Loaiza autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “**Desarrollo de una aplicación de celular smartphone que ofrezca información turística de la Ruta Spondylus**”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 18 días del mes de Septiembre del año 2015**

**AUTOR (A)**

---

**José Luis Rodríguez Loaiza**

## **Agradecimiento**

A Dios por darme al mejor ejemplo de familia amorosa, humilde, perseverante y trabajadora.

A mi madre Gloria Montero Posligua por haber inculcado en mí la importancia del estudio y del trabajo, con dedicación, esfuerzo y perseverancia.

A mi padre Clark Peña Sánchez por haber enfrentado tantas cosas por mi bienestar y el de mis hermanos.

A ambos por haberme dado la posibilidad de tener una excelente educación mediante su esfuerzo.

A mis hermanos queridos, Henry, Mathias y Claudia por darme amor y paciencia ante mi estrés y mal genio.

A mi novio, Jacob Castro por su gran apoyo y amor.

A nuestro tutor, Ing. Said Diez Farhat, por su paciencia y por haber sido un gran profesor y persona durante nuestro periodo universitario.

**Andrea Melissa Peña Montero**

## **Agradecimiento**

El presente trabajo se lo agradezco a Dios por haberme acompañado y guiado a lo largo de mis estudios, sin duda alguna, este trabajo se lo pudo realizar gracias a la colaboración del Ing. Said Diez Farhat, MBA y demás personas que me han brindado su apoyo, entre ellos mis familia, amigos y a mi novia Jessica Durazno por el apoyo durante la creación del presente trabajo.

**José Luis Rodríguez Loaiza**

## **Dedicatoria**

A mi madre y a mi padre, mi ejemplo, mi amor más grande, mi orgullo y mi motivación.

Mi madre, una mujer con valores muy definidos al igual que sus metas, independiente y ejemplo de trabajo. Gracias por inculcarme esas ganas a seguir adelante siempre.

Mi padre, solo yo sé cuánto has hecho por mí y espero poder devolverte todo algún día.

**Andrea Melissa Peña Montero**

## **Dedicatoria**

Este trabajo se lo dedico a mis padres Nino Rodríguez y Sandra Loaiza por darme todo su apoyo y por los valores que me han inculcado, por haberme dado la oportunidad de tener una excelente educación a lo largo de mi vida, así como también a mis hermanos Nino Rodríguez, Astolfo Rodríguez, Lizandro Rodríguez, a mi tía Alexandra Velasteguí y Alejandro Velastegui por ser parte importante de mi vida, por haberme apoyado en las buenas y en las malas, a mis amigos (as) y mi novia que siempre estuvo pendiente de mí y me ayudó en todo momento.

**José Luis Rodríguez Loaiza**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS  
Y HOTELERAS**

**CALIFICACIÓN**

<b>APELLIDOS Y NOMBRE</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
Peña Montero Andrea Melissa	
Rodríguez Loaiza José Luis	

---

**Ing. Said Diez Farhat, MBA**

# ÍNDICE GENERAL

<b><u>Contenido</u></b>	
Agradecimiento	v
Dedicatoria	vii
Resumen ejecutivo	xv
Abstract	xvii
Introducción del Tema	1
Antecedentes	4
Planteamiento del Proyecto	7
Formulación del Proyecto	9
Justificación	10
Objetivos del Proyecto	
Objetivo General	12
Objetivos Específicos	12
<b>1. Capítulo 1</b>	
1.1 Marco Teórico	26
1.2 Marco Conceptual	29
1.3 Marco Legal	
1.3.1 Constitución del Ecuador: Derechos del Buen Vivir	31
1.3.2 Ley de Turismo	
1.4 Metodología de la Investigación	
1.4.1 Método	38
1.4.2 Enfoque	38
1.4.3 Técnicas de Investigación	39
1.4.4 Tipos de Estudio	40
1.5 Diseño de la investigación a efectuar	41
1.6 Muestra	43
1.7 Modelo de Encuesta	45
1.8 Interpretación de Resultados	47
1.9 Entrevistas	56
1.10 Análisis de las Entrevistas Efectuadas	60
<b>2. Capítulo 2</b>	
2.1 Estudio de Mercado	61
2.2 Fuerzas de Porter	61
2.3 P.E.T.S.A	63
2.4 Oferta del Mercado	70
2.5 Demanda del Mercado	71

<b>3. Capítulo 3</b>	
3.1 Razón Social	73
3.2 Objeto Social	73
3.3 Logo	73
3.4 Slogan	74
3.5 Misión	74
3.6 Visión	74
3.7 Valores	74
3.8 F.O.D.A	74
3.9 Organigrama	75
3.10 Mercado Objetivo	76
<b>4. Capítulo 4</b>	
4.1 Localización del proyecto de titulación	
4.1.1 Macro Localización	77
4.1.2 Micro Localización	78
4.2 Distribución física del espacio	79
4.3 Horario de Funcionamiento	79
4.4 Infraestructura necesaria	80
4.5 Productos a ofrecer	80
4.6 Control de Calidad	80
4.7 Permisos municipales	81
4.8 Permiso de bomberos	82
<b>5. Capítulo 5</b>	
5.1 Segmentación de Mercado	85
5.2 Estrategias de Posicionamiento	85
5.3 Marketing Mix	
5.3.1 Producto	86
5.3.2 Precio	88
5.3.3 Plaza	89
5.3.4 Promoción	89
5.4 Presupuesto de Marketing	90
<b>6. Capítulo 6</b>	
6.1 Inversión Inicial	91
6.2 Balance Inicial	92
6.3 Depreciación de Activos	93
6.4 Tabla de Amortización	93
6.5 Rol de Pagos	95
6.6 Ingresos por Ventas	
6.7 Detalle de Gastos	
6.7.1 Proyección de Gastos a 5 años	97
6.7.2 Costos de Operaciones	97
6.8 Estado de Resultados Proyectados	
6.9 Flujo de Caja	98

6.10 Balance General	99
6.11 Evaluación Financiera	100
6.12 Ratios Financieros	100
6.13 Análisis de Sensibilidad	101
Conclusiones	102
Recomendaciones	103
Bibliografía	104

## ÍNDICE DE TABLAS

- Tabla 1: Edad de los Encuestados
- Tabla 2: Persona por género sexual
- Tabla 3: Frecuencia de Viajes al año
- Tabla 4: Preferencias de compañía al momento de viajar
- Tabla 5: Preferencias de destinos turísticos en el Ecuador
- Tabla 6: Tiempo de estadía en el destino Costa
- Tabla 7: Motivo de Viaje
- Tabla 8: Existencia de suficiente información turística
- Tabla 9: Aceptación de una aplicación turística
- Tabla 10: Presupuesto de Marketing
- Tabla 11: Inversión Inicial
- Tabla 12: Balance Inicial
- Tabla 13: Depreciación de Activos
- Tabla 14: Tabla de Amortización de Préstamos
- Tabla 15: Tabla de Amortización Anual
- Tabla 16: Tabla de Amortización Mensual
- Tabla 17: Rol de Pagos
- Tabla 18: Ingreso por ventas (Proyección Diaria, Semanal y Mensual)
- Tabla 19: Detalle de Gastos
- Tabla 20: Detalle de Gastos a 5 años
- Tabla 21: Costos Operacionales
- Tabla 22: Estado de pérdidas y ganancias (Proyección a 5 años)
- Tabla 23: Flujo de Caja (Proyección a 5 años)
- Tabla 24: Balance General
- Tabla 25: Evaluación del Proyecto
- Tabla 26: Razones Financieras
- Tabla 27: Análisis de Sensibilidad

## ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1: Edad de los Encuestados
- Figura 2: Persona por Género Sexual
- Figura 3: Frecuencia de viajes al año
- Figura 4: Preferencias de compañía al momento de viajar
- Figura 5: Preferencias de destinos turísticos en el Ecuador
- Figura 6: Tiempo de estadía en el destino Costa
- Figura 7: Motivo de Viaje
- Figura 8: Existencia de suficiente información turística
- Figura 9: Aceptación de una aplicación turística
- Figura 10: Comparación de estabilidad Política del Ecuador
- Figura 11: Ingreso de divisas en el Ecuador por concepto de Turismo.
- Figura 12: Gasto promedio de turistas en el Ecuador
- Figura 13: Informe de Competitividad Global
- Figura 14: Evolución de la Pobreza
- Figura 15: Porcentaje de matrículas de educación en nivel secundaria. Personas de 15 – 17 años
- Figura 16: Acceso al Internet según área
- Figura 17: Porcentaje de personas que han utilizado internet
- Figura 18: Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (Smartphone)
- Figura 19: Inversión de Gobiernos Provinciales destinados a la Protección del Medio Ambiente.
- Figura 20: Logo de la Aplicación
- Figura 21: Organigrama de Ruta Spondylus App S. A
- Figura 22: Macro localización
- Figura 23: Micro Localización
- Figura 24: Distribución del espacio físico
- Figura 25: Producto a ofrecer

## **RESUMEN EJECUTIVO**

Este proyecto se basa en el estudio de factibilidad y viabilidad del desarrollo de una aplicación para teléfonos inteligentes llamados también smartphones por la gran variedad de funciones muy similares a las que se puede realizar con una computadora. Esta aplicación la podrán obtener todos los usuarios que deseen mediante cualquier plataforma de celular con el único requisito de tener internet o wifi a su disposición para poder descargarla.

Ruta Spondylus App S.A será la razón social de esta empresa, la cual será la creadora de esta aplicación. Esta facilitará información histórica y cultural acerca de los destinos turísticos que se encuentren a lo largo de la Ruta Spondylus así como también la ubicación actual y sitios de interés cercanos, adicional otorgará las rutas mediante un mapa actualizado para permitir a los turistas llegar a sus destinos.

Mediante esta aplicación los viajeros podrán también buscar sus lugares de hospedaje de acuerdo a su presupuesto o motivo de viaje al igual que restaurantes de acuerdo a la categoría deseada o tipo de comida que busque. Ofrecerá actividades de recreación como el paseo de las ballenas, deportes extremos, ferias de artesanía, reservas para discotecas, bares, karaokes. Estará dirigida realmente para cualquier tipo de viajero desde mochileros hasta ejecutivos.

La aplicación tendrá un costo de \$1 por descarga, después de este pago no se tendrá que volver a pagar. El precio se lo determinó después de un estudio de mercado para el cual hubo una gran aceptación de esta idea innovadora ya que es accesible para todos y beneficioso. El usuario podrá realizar reservas y pagos mediante la aplicación de hospedaje, restaurantes, actividades de recreación, eventos, sitios de recreación nocturna y Ruta Spondylus App S.A recibirá el 15% de comisión por cada pago hecho mediante la aplicación utilizando el sistema de pago Pay Pal.

El estudio financiero del proyecto que se realizó para ver que tan viable era este proyecto determinó que este generará por cada dólar invertido \$4.33, se logrará pagar las cuentas por pagar a corto plazo aproximadamente en 1 año 4 meses , el VAN

es mayor a 0 lo que indica que es viable el proyecto y el TIR es mayor que la tasa de descuento. .

## ABSTRACT

This project is based on the study of how viable would be the development of an smartphone application, these cellphones receive the name "smartphones" for their great variety of similar functions that can also be performed on a computer. Any user would be able to use this application from any cellphone platform, the only requirement is to have internet or a wifi connection to download it.

App Spondylus Route S.A. is the name of the company, who also is the creator of the application. The app will provide historical and cultural information about destinations that are along the Spondylus Route, as well as the current location and nearby points of interest, plus it will have updated maps with marked routes that will guide our users to their destinations.

With this application, travelers will also be able to find their accommodation according to their budget or purpose of travel, as well as restaurants agreeing to their preferences on food. It will provide recreational activities such as viewing whales, extreme sports, craft fairs or reserves for; discos, bars and karaokes. It is really aimed to any type of traveler from hikers to business people.

The application will cost \$1 per download, after this payment the user wont have to pay again. The price was determined after a market research, we had a great acceptance because this app is innovative and very accessible to everyone. Our users will be able to make reservations and even pay for accommodation, restaurants, recreational activities, events and nightlife. App Spondylus Route S.A. will receive 13% commission of each payment made by the application, we will be using PayPal as our payment system.

The financial study of the project, that was made to show us how feasible it was, determine that it will generate earnings per each dollar we invest we will earn \$4.33, with this we will be able to pay the bills in a short term approximately in 1 year 4 months, the VAN is higher than 0 so it is viable and the TIR is higher than the discount rate.

## INTRODUCCIÓN

El Ecuador es un país que cuenta con 14.483 millones de habitantes según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), de los cuales aproximadamente el 60.6% disponen de un teléfono celular, ya sea para uso personal o corporativo. Pero lo cierto es que a medida que la tecnología avanza, esta es más deseada por personas de todo nivel socioeconómico y más en el Ecuador, donde las personas se caracterizan por ser noveleros. Es por esto que a pesar de ser un país del tercer mundo, estamos más actualizados en tecnología que otros países vecinos de Sudamérica.

El uso de celular ya juega un papel relevante en la vida de las personas, su uso es común en nuestro sistema de vida, ya que este es necesario para agilizar y facilitar la comunicación entre las personas y tener acceso a información de cualquier tema al instante. Las operadoras telefónicas se esmeran por vender los mejores y nuevos modelos de celulares con sus planes en los que incluyen el servicio de internet para tener acceso a redes sociales e información de todo el mundo.

Cabe recalcar que con el estilo de vida agitado, de estrés y el poco tiempo con el que se maneja cada una de las personas en la actualidad, requiere de un servicio que facilite cualquier trámite y permita llegar a su destino de vacaciones o actividad turística sin preocupación alguna para poder relajarse inmediatamente, es lo que normalmente busca un viajero. Esto no solo servirá para los turistas nacionales sino también a los extranjeros, quienes podrán obtener información verídica para su posible visita turística.

Para el desarrollo del turismo, el internet y las redes sociales son una de las principales fuentes de promoción de los diferentes destinos turísticos en el mundo ya que permite recibir, enviar y consultar cualquier tipo de información. Existen diferentes maneras de llegar a los viajeros con el internet, empezando por las redes sociales que no tienen ningún costo y se tiene la facilidad de agregar y postear a amigos, familiares e incluso desconocidos con el fin de hacer conocer y promocionar los productos turísticos con fotos llamativas, información, foros y comentarios.

El gobierno actual del presidente Rafael Correa ha hecho una gran inversión en el turismo recientemente con un proyecto turístico llamado “All you need is Ecuador”, con el objetivo de lograr que el turismo se convierta en la tercera fuente de ingresos del país. Esta campaña ha sido incluida en 19 ciudades en el mundo y ha logrado un incremento en la entrada de turistas al país en las que incluye como destino turístico sus hermosas playas.

La Ruta Spondylus concentra toda la Costa del Ecuador, cuenta con carreteras en muy buen estado e infraestructura moderna, se puede encontrar hoteles de todo nivel y presupuesto al igual que restaurantes y sitios de actividad de recreación nocturna como discotecas, karaokes, bares, etc. Las playas son su principal atractivo junto al clima cálido y tranquilo, esto atrae a millones de turistas.

Esta ruta cuenta con una página web donde ofrece información acerca de todas sus rutas en las que incluye sus sitios de mayor interés como playas, restaurantes, hoteles, sitios nocturnos, deportes extremos e información sobre su historia cultural e incluso los proyectos estratégicos que tienen a futuro. Adicionalmente ofrece servicios de rentar carros y el servicio de operadoras turísticas para facilitar a los turistas su llegada a otros destinos en la misma ruta.

Actualmente esta página web es el único medio de información certera acerca de la ruta, pero a pesar de tener suficientes atractivos turísticos para llegar a ser una de las rutas más conocidas, necesita ser mejor promocionada y utilizar otras herramientas o medios. En otros países se utiliza también las aplicaciones de celular, que permitan a los viajeros obtener y buscar información rápidamente ya que la tienen a la mano en sus celulares sobre sus posibles destinos, hospedaje, mapas que permitan localizarse en tiempo real y que les muestran el camino hacia donde deseen llegar. Una aplicación de celular puede ser una gran idea para facilitar y a la vez promover e incentivar a los turistas a conocer y llegar a los destinos de la Ruta Spondylus, ofreciendo no tan solo información y mapas, sino también el servicio de reservas y pagos on line.

La ventaja de esta idea, es que a pesar de que se requiera servicio de internet para poder ser usada la aplicación, puede llegar no solo al sector económico medio – alto por ser quienes tienen las posibilidades de pagar por un plan de cualquier

operadora telefónica, sino a todos los sectores socioeconómicos, por la actual implementación masiva del wifi en áreas públicas para captar a los clientes. Actualmente se puede encontrar el servicio de wifi en centros comerciales, supermercados, parques, restaurantes, lugares de atracción, vías públicas, gasolineras, entre otros.

## ANTECEDENTES

Ecuador es un país reconocido por su alta riqueza en fauna, flora, un clima agradable y muy atractivo para extranjeros nacionales e internacionales, también por sus grandes e incomparables playas, montañas, etc. Es un país reconocido por su concentración de etnias, culturas, tradiciones e historia. Una de las rutas más visitadas y apetecidas por turistas internos y extranjeros es la Ruta Spondylus, la cual está compuesta por la provincia de Santa Elena, la que incluyen sus tres cantones: Salinas, La Libertad y Santa Elena, también el cantón Puerto López y Puerto Cayo, en Manabí.

Es decir, todas las provincias de la Costa del Ecuador forman parte de esta Ruta. Abarca 115km de longitud. Sus principales destinos turísticos y los más visitados según su propia página web, son Salinas, Montañita, Punta Carnero, Puerto Cayo y Puerto López. Pero hay otros lugares igual de extraordinarios en esta ruta como Ayangue, Olón, Manglaralto, San Pablo, Jambelí, Mar Bravo con playas grandes y donde se puede visualizar las majores caídas del sol, para los que les gusta o prefieren la naturaleza e historia está el Parque Nacional Machalilla, donde se concentra la hermosa playa de los Frailes y su mirador, la comuna Agua Blanca donde se puede encontrar restos arqueológicos y también la observación de ballenas y la Isla de la Plata.

Aparte de este conjunto de atractivos, el agradable clima de la Costa seduce mucho a los extranjeros. Mucho de ellos deciden pasar sus vacaciones en algún pueblo o ciudad de esta ruta y hay para todo tipo de turismo por lo que es fácil de acoplarse. Para los jóvenes, está Salinas, Punta Carnero, Montañita donde disfrutan del sol, playa, arena, bares, y se pueden interrelacionar con personas de diferentes culturas e intercambiar conocimientos. Para los adultos mayores o retirados está Playas, Olón, Punta Centinela, playas grandes, pero con menos concentración de gente. Lo cual lo hace agradable y tranquilo para habitar relajadamente. Cuenta con una infraestructura de lujo con resorts y edificios modernos y cómodos.

La promoción turística recién está incluyéndose en las inversiones económicas del país, anteriormente no se invertía ningún rubro en publicidad. Por lo tanto el Ecuador era conocido únicamente por sus representantes de la selección de fútbol,

quienes por su profesión, juegan en el extranjero. Actualmente gracias a las nuevas inversiones en los proyectos turísticos y en sus promociones, el internet y sus redes sociales ha sido más fácil llegar a la vista de otros países y ser reconocidos por la biodiversidad que ofrece el país, su riqueza en cultura e historia.

El Ecuador es un país que recientemente está creciendo a nivel tecnológico y lo ha hecho rápidamente. Para promover la visita al país, los hoteles, aerolíneas, operadoras turísticas e incluso el gobierno ha invertido en la realización de páginas web, con acceso a todo público, para facilitar información de los destinos turísticos del Ecuador. En otros países más desarrollados en tecnología, ya es común crear aplicaciones de celulares para las empresas de turismo, con el fin de ayudar a los viajeros a tener información en tiempo real, rutas, mapas, precios, reservas, lo que facilita, motiva e incrementa las visitas. En el país aún esta idea sería nueva, no está saturado el mercado de aplicaciones de celulares que tengan la función de fomentar el turismo de las rutas turísticas que ofrece este país rico por su diversidad cultural.

Los servicios hoteleros y turísticos empezaron a necesitar de sistemas informáticos y tecnológicos desde los años 50. Iniciando con el servicio de transporte, el cual necesitaba un sistema especializado para las reservas, en seguida lo necesitaron también las operadoras turísticas. Poco a poco se fue desarrollando la industria, en los años 90 aparece el internet como medio de comunicación para establecer relaciones y conseguir clientes nacionales e internacionales, incrementar las ventas mediante el envío y publicación de información turística real y actual, implementando fotos, videos, audio, entre otras cosas que puedan atraer más a los clientes.

El internet actualmente es una de las herramientas con más demanda para la búsqueda de información, y para el turismo mucho más. Ya que con esta, es más fácil llegar con tu producto turístico a todo el mundo con información actualizada y a bajo costo o gratuito dependiendo que vía o programa se utilice para la publicidad. La distancia entre viajeros, clientes no es más un problema.

El servicio de internet se incluyó en el Ecuador en el año 1996, y para ese tiempo era un servicio requerido solo por el sector económico medio alto, y para el

año 2004 hubo un notorio crecimiento de la demanda del servicio. El factor que impide el crecimiento total es el aspecto económico.

Desde esta época el Ecuador implementó el internet no solo como herramienta de búsqueda de información y de relación sino como herramienta para promocionar sus atractivos y permitir a los turistas facilitar y mejorar sus experiencias. El internet es más usado en computadoras que en celulares, ya que son los celulares smartphones los que tienen un sistema operativo con acceso a internet y los planes de internet para estos aún tienen un costo alto en comparación con el salario básico del país.

En comparación a las estadísticas del 2011 según la INEC, hubo un crecimiento del 141 % del uso de celular al día de hoy, con mayor concentración en las edades de 25 a 34 años y de 35 a 44 años. El 60% de la población del Ecuador posee un celular, un 16,9% posee un celular smartphone o inteligente y de estos, el 40% lo tiene activado con servicio de internet.

Por estadísticas, es notorio que la mayoría de los pobladores tienen celular, unos con el servicio de internet y otros no, pero ya se está implementando la inclusión de wifi en áreas públicas para que todos tengan acceso y puedan gozar de este servicio. Por medio de este aparato tecnológico y el internet, es por donde en la actualidad se están manejando los negocios, las promociones y las relaciones a nivel mundial.

## PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

El Ecuador tiene como objetivo que el turismo incremente y se convierta en el tercer ingreso potencial del país. Poco a poco ha evolucionado, lentamente pero ahora se puede decir que el Ecuador es uno de los países más ricos por sus atractivos y esto ya está siendo reconocido y valorado no solo por los ecuatorianos sino en el mundo entero.

La Ruta del Spondylus es una de las rutas más visitadas actualmente por turistas nacionales y extranjeros. Es una ruta muy apetecida por la cantidad y variedad de playas que ofrece para pasar un tiempo de relax en familia, amigos y disfrutar de un clima extraordinario. Hay un notorio crecimiento en el sector turístico, aparte de las grandes playas, se puede encontrar una variedad de hoteles de diferentes estilos y precios que se pueden ajustar a cualquier presupuesto.

A pesar del gran crecimiento aún existen algunas carencias. Una industria debe saber cómo promocionarse y como vender su producto, en este caso la industria turística, de lo contrario no permitirá jamás desarrollar el turismo y lograr el objetivo. La principal y más actual inversión que ha hecho el Gobierno es la campaña turística All you need is Ecuador. Esta campaña es reciente, pero antes de esto no se había invertido significativamente para el desarrollo del turismo. All you need is Ecuador ayudó al posicionamiento de la marca y país Ecuador en el exterior. Pero no se ha aprovechado al máximo hasta el momento el recurso del internet, cuando esta puede ser la principal herramienta de promoción mediante redes sociales y aplicaciones a costos realmente bajos.

Actualmente el uso del internet ha facilitado a los viajeros tener información sobre sus posibles destinos turísticos, pero aún no se cuenta con información exacta en tiempo real y que esté al alcance de todos. Este tipo de servicios aún está en desarrollo pero existe una gran demanda en el mercado.

Por ejemplo el uso de celulares smartphones en el Ecuador es una tendencia y una necesidad, está a la mano de cada uno. No existe un servicio de promoción masiva o a través de aplicaciones que permitan proveer información acerca del desarrollo

turístico notorio que hay en el país. La falta de promoción es una de las principales causas del lento desarrollo turístico.

En el Ecuador aún no existe la costumbre como en países más desarrollados del primer mundo, el manejo vía internet de la mayoría de las actividades diarias de cada uno, incluyendo información exacta, reservas y pagos on line.

Una de las razones por las cuales a los ecuatorianos no se les ha hecho una costumbre este sistema vía internet, es la gran desconfianza que existe de ingresar información personal y datos bancarios porque estarían expuestos a las famosas estafas. Se sabe que esta es una forma de facilitar y agilizar los tramites y a la vez ahorrar tiempo, que es lo que actualmente falta.

No existe al momento una aplicación de celular que promueva el turismo y específicamente de la Ruta Spondylus. También existen pocos centros de información turística. Es posible que exista la demanda de requerir un servicio que ofrezca dicha confianza que necesitan los consumidores para incluir el uso de una aplicación de celular confiable y necesaria con el fin de poder hacer sus reservas y pagos de hospedaje entre otras actividades turísticas que le permitan llegar a sus destinos relajados y sin ningún trámite extra que hacer.

## **FORMULACIÓN DEL PROBLEMA**

¿Es factible el desarrollo de una aplicación para celulares smartphones con el fin de ofrecer información completa y actualizada de la Ruta Spondylus, incluyendo reservas y pagos on line para el crecimiento turístico y económico del país?

## JUSTIFICACIÓN DEL TEMA

El Ecuador tiene todos los atractivos y recursos para llegar a ser uno de los países más visitados y más reconocidos por su riqueza, puede llegar a competir hasta con países del primer mundo. La Ruta Spondylus forma parte de todos los atractivos del Ecuador, concentrada en toda la costa del país, con unas maravillosas playas de gran extensión, con un clima que atrae a cualquiera, hoteles de lujo, resorts y para todo tipo de turismo, ecológico, religioso, de salud, de deporte y de diversión. Una gastronomía exquisita con los más frescos y mejores mariscos hace que los restaurantes de la ruta sean muy cotizados.

En sí, la ruta cuenta con hoteles, resorts, playas, cerros, naturaleza, parques ecológicos, museos, mercados artesanales, baños de lodo para la salud, piscinas termales, miradores, malecones, naturaleza, haciendas, frutas y mariscos frescos, transporte moderno, discotecas, bares, karaokes, deportes extremos.

La movilización no es un problema, todos los pueblos o provincias tienen sus terminales o paradas específicas, cuentan con varias líneas de buses modernas para ofrecer una transportación agradable a los turistas. También hay el servicio de alquiler de carros o de furgonetas, en los cuales se comparte con otras familias o amigos para que este servicio sea más económico. La mayoría de estos servicios en la ruta Spondylus ofrecen costos accesibles, y dirigido a cualquier tipo de turismo.

Es decir, el Ecuador cuenta con todo para ser del turismo el principal ingreso. Pero existen grandes carencias en el sector turístico, sin promoción es imposible vender. Es necesario e indispensable que un país venda sus atractivos y servicios, y la única manera de hacerlos conocer es mediante publicidad.

Por eso el proyecto innovador del desarrollo de una aplicación de celular para todas las plataformas, con acceso a todo público, con requisito de tener internet o wifi en su celular para su uso, es una estrategia de facilitar y apoyar el incremento del turismo. Se brindará un servicio impecable, con un equipo de trabajo capacitado y

profesional, con altos conocimientos de turismo, sistemas y marketing que aporten al país y al turismo.

## **OBJETIVOS**

### **Objetivo General**

Determinar la factibilidad y viabilidad del desarrollo de una aplicación de celulares smartphones para la promoción de la Ruta Spondylus.

### **Objetivos Específicos**

1. Identificar todos los atractivos de la ruta Spondylus para lograr su máxima promoción.
2. Diseñar estrategias de Marketing que permitan dar a conocer la aplicación turística de celulares smartphones de la Ruta Spondylus.
3. Desarrollar un estudio del mercado para conocer la factibilidad y viabilidad del proyecto.

# CAPÍTULO 1

## 1.1 Marco Teórico

“En la última década hemos asistido a grandes innovaciones (telefonía fija, Internet, televisión digital). En estos momentos estamos inmersos en la ya comúnmente conocida como tercera revolución, y es que los medios digitales han convulsionado las formas de comunicación”. (Gómez, 2009, Pag 240)

De acuerdo a una publicación de González (2013) indica que actualmente las aplicaciones móviles son usadas en establecimientos tan importantes como lo son las agencias bancarias como medio de comunicación y relación entre sus clientes y la información personal bancaria de cada uno ofreciendo comprobación de sus cuentas, facturas, entre otras. Así mismo las líneas aéreas hacen uso de estas aplicaciones para mantener a los pasajeros al tanto de su facturación, estado de vuelo, información importante y actualizada.

En un proyecto reciente sobre la improvisación de estrategias de marketing utilizando aplicaciones de móviles en Iraq Zhenar, Omar Al – Rassam y Bawar (2014) afirman que la tecnología de los teléfonos móviles ha sido la herramienta principal de marketing en los últimos años. Afirmando que el marketing móvil ha facilitado y agilizado la comunicación de las empresas con sus clientes.

Según Pueyo (2006) un teléfono móvil es una herramienta que permite a los usuarios realizar envíos masivos con información en tiempo real y personalizada lo cual lo considera como marketing directo. Esto permite dar un servicio único, fácil de utilizar y ágil lo cual ahorra el tiempo de los usuarios.

Según un estudio, es de gran importancia que un sitio turístico requiera de una marca de su ciudad o pueblo que lo pueda identificar, ejemplo I Amsterdam (Yo soy Amsterdam), cualquiera de estas marcas tiene el objetivo la promoción de una ciudad en especial convirtiéndose este en un activo intangible. (Gómez, 2010)

La Organización Mundial de Turismo afirma que el turismo actualmente se ha convertido en uno de los mayores ingresos económicos de algunos países en desarrollo. (OMT 2015).

“Las aplicaciones permiten crear experiencias sensoriales y emocionales que van más allá de la simple información y capturan la atención del usuario invitándolo a interactuar y a mantenerse en contacto con la marca” (Apperware App Development & QR Marketing,s.f.).

Se define el internet como una realidad imparable, la cual tiene como objetivo realizar un cambio radical en el estilo y modo de vida de las personas, el sistema de relación entre los seres humanos y marcas. Actualmente el internet es una herramienta indispensable en los negocios y hogares. (Ramonet, 1998).

Afirman Kennedy & Gretzel (2012) que el rápido incremento del uso de los celulares smarthones al igual que las aplicaciones móviles se está viendo reflejado en la industria turística, consiguiendo una mejor relación y comunicación con los turistas e incluso ofrecerle servicios que le faciliten sus viajes y durante su estadía en cualquier destino.

En el Ecuador existe un proyecto llamado Plandetur 2020, en el que el principal atractivo se considera a la costa del Ecuador. La ex ministra de turismo María Isabel Salvador considera que “El Ecuador necesita desarrollo turístico sostenible que cuide nuestra riqueza histórico-cultural, el medio ambiente, las comunidades y reactive la economía”. (PlandeTur, 2007, Pag 7)

Uno de los problemas de ciertos sitios turísticos es la falta de promoción, en ciertos casos usan páginas web como medio de comunicación con los viajeros pero muchas veces estas no son actualizadas lo cual después de un tiempo decae. (Arboleda & Solis, 2004)

Se considera que hay dos factores principales que hacen la tecnología un atractivo para el turismo, las cuales son: el turismo es una actividad que puede ser interna o externa, necesita movilización, comunicación no siempre en destinos

cercanos, sino también en el extranjero y la tecnología es útil como medio de promoción y comercialización. Por otro lado, se necesita de medios de promoción que contengan medios audiovisuales que sean atractivos para los viajeros y les haga sentir interés para su consumo. (Valles, 1999)

## **1.2 Marco Conceptual**

### ***Organización Mundial del Turismo.-***

Es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos. (OMT)

### ***Turismo.-***

El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT)

### ***Turismo emisor.-***

El turismo emisor abarca las actividades realizadas por un visitante residente fuera del país de referencia, como parte de un viaje turístico interno. (OMT)

### ***Turismo interno.-***

El turismo interno incluye las actividades realizadas por un visitante residente en el país de referencia, como parte de un viaje turístico interno o de un viaje turístico emisor. (OMT)

### ***Turismo internacional.-***

El turismo internacional incluye el turismo receptor y el turismo emisor, es decir, las actividades realizadas por los visitantes residentes fuera del país de referencia, como parte de sus viajes turísticos internos o emisores, y las actividades realizadas por los visitantes no residentes en el país de referencia, como parte de sus viajes turísticos receptores. (OMT)

### ***Turista (o visitante que pernocta).-***

Un visitante (interno, receptor, emisor) se clasifica como turista o visitante que pernocta, si su viaje incluye una pernoctación. (OMT)

### ***Industrias Turísticas.-***

Las industrias turísticas (también conocidas como actividades turísticas) son aquellas que generan principalmente productos característicos del turismo. Los productos característicos del turismo son aquellos que cumplen uno o ambos de los siguientes criterios:

- a) El gasto turístico en el productos debería representar una parte importante del gasto total turístico (condición de la proporción que corresponde al gasto / demanda).
- b) El gasto turístico en el producto deberían representar una parte importante de la oferta del producto en la economía (condición de la proporción que corresponde a la oferta). Este criterio supone que la oferta de un producto característico del turismo se reducirá considerablemente si no hubiera visitantes. (OMT)

### ***Smartphone.-***

Es un dispositivo electrónico que funciona un teléfono celular con características similares a las de un computador personal. Casi todos los teléfonos inteligentes son celulares que soportan completamente un cliente de correo electrónico con la funcionalidad completa de un organizador personal. Una característica importante de casi todos los teléfonos inteligentes es que permiten la instalación de programas para incrementar el procesamiento de datos y la conectividad. Estas aplicaciones pueden ser desarrolladas por el fabricante del dispositivo, por el operador o por un tercero. El término "Inteligente" hace referencia a cualquier interfaz, como un teclado QWERTY en miniatura, una pantalla táctil, o simplemente el acceso seguro al correo electrónico de una compañía, como el provisto por un BlackBerry. (Harreguy y Prada, 2009).

Todos estos conceptos son fundamentales para poder entender de qué se trata la propuesta y como va a ser el desarrollo de la aplicación ya que es un proyecto turístico que está implicado en el área tecnológica también y estos conceptos ayudan a tener un panorama más claro del funcionamiento.

## **1.3 Marco Legal**

### **1.3.1 Constitución del Ecuador**

#### **Derechos del Buen Vivir**

#### **Sección tercera: Comunicación e Información**

##### **Art. 16.-**

Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

##### **Art. 17.-**

El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión pública, privada y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

#### **Sección cuarta Cultura y ciencia**

##### **Art. 21.-**

Las personas tienen derecho a construir y mantener su propia identidad cultural, a decidir sobre su pertenencia a una o varias comunidades culturales y a expresar dichas elecciones; a la libertad estética; a conocer la memoria histórica de sus culturas y a acceder a su patrimonio cultural; a difundir sus propias expresiones culturales y tener acceso a expresiones culturales diversas.

**Art. 22.-**

Las personas tienen derecho a desarrollar su capacidad creativa, al ejercicio digno y sostenido de las actividades culturales y artísticas, y a beneficiarse de la protección de los derechos morales y patrimoniales que les correspondan por las producciones científicas, literarias o artísticas de su autoriza.

**1.3.2 Ley de Turismo**

Ley No. 97. RO/ Sup 733 de 27 de Diciembre del 2002.

**Capítulo I:**

**Generalidades**

**Art. 1.-**

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

**Art. 2.-**

Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicar se permanentemente en ellos.

**Art. 4.-**

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

**Ministerio de Turismo**

a) Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de autogestión, y al Estado en cuanto debe potencialidad las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;

b) Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la Nación.

c) Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;

d) Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;

e) Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;

f) Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,

g) Fomentar e incentivar el turismo interno.

## **Capítulo II**

### **De las actividades turísticas y de quienes las ejercen**

#### **Art. 5.-**

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

a. Alojamiento;

b. Servicio de alimentos y bebidas;

c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;

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

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

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

**Art. 8.-**

Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

**Capítulo III**

**Del Ministerio de Turismo**

**Art. 16.-**

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

**Capítulo VI**

**Áreas Turísticas Protegidas**

**Art. 20.-**

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

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

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

## **Capítulo VII**

### **De los incentivos y beneficios en general**

#### **Art. 26.-**

Las personas naturales o jurídicas que presenten proyectos turísticos y que sean aprobados por el Ministerio de Turismo, gozaran de los siguientes incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;

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

## **Capítulo IX**

### **Patrimonio Autónomo**

#### **Art. 39.-**

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

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

#### **Art. 44.-**

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

#### **Art. 52.-**

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

- a. Amonestación escrita, en caso de faltas leves;
- b. Ubicación en la lista de empresarios incumplidos, en caso de faltas comprobadas, graves y repetidas; y,

c. MULTAS, El Ministerio de Turismo impondrá las siguientes multas de manera gradual y proporcional de acuerdo a la falta cometida.

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

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

En caso de reincidencia la multa impuesta podrá duplicarse.

CLAUSURA, es un acto administrativo mediante el cual el Ministro de Turismo por sí o mediante delegación dispone el cierre de los establecimientos turísticos. Dictará esta medida en forma inmediata cuando se compruebe que se está ejerciendo actividades turísticas sin haber obtenido las autorizaciones a las que se refiere esta Ley.

Igualmente dispondrá la clausura cuando se reincida en las causales señaladas en las letras a), b) y c) de este artículo.

## **Disposiciones Generales**

### **Art. 56.-**

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

### **Art. 57.-**

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

### **Art. 58.-**

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

El marco legal ayudará para saber a que normas, leyes o regulaciones se va a regir la empresa y de acuerdo a eso va a ser su funcionamiento. Regirse a normas permite crear estándares de trabajo lo cual otorga mejoras, buena imagen y resultados exitosos

## **1.4 Metodología de la Investigación**

### **1.4.1 Método**

Dentro de este parámetro se ha utilizado el método hipotético-deductivo, el cual es el "Camino lógico para buscar la solución a los problemas que nos planteamos." (Cegarra, 2012, Pag.82)

En este caso el problema planteado es la falta de inversión en el campo turístico, principalmente en la publicidad o promoción de los diferentes destinos turísticos y riquezas culturales del país. En la Ruta Spondylus no existe una empresa o agencia que ofrezca algún producto turístico con el fin de promover la ruta sino que cada ciudad o pueblo tiene su propia autoridad y trabajan independientemente.

Con este proyecto de la aplicación de celulares smartphones se pretende disminuir o eliminar este problema, en el caso específico de la Ruta Spondylus teniendo a la mano información desde cualquier lugar entre otros servicios que ofrecerá esta aplicación y se comprobará si es factible y viable.

### **1.4.2 Enfoque**

El enfoque será mixto, es decir tanto cuantitativo como cualitativo.

Para Hernández, Fernández y Baptista (2003):

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y con la en la medición numérica, el conteo, y en el uso de la estadística para intentar establecer con exactitud patrones en una población.

Hernández, Fernández y Baptista (2003) indica que:

El enfoque cualitativo, se utiliza primero para descubrir y refinar preguntas de investigación. Al haber determinado un tipo de estudio de tipo exploratorio sería conveniente aplicar un enfoque cualitativo el cual se adapta a una propuesta como la que se presenta en este trabajo. Sin embargo para que esta propuesta pueda convertirse luego en un proyecto que se pueda aplicar, es necesario tener en cuenta variables cuantitativas que se las recolecta dentro de la recolección de datos que en este caso se usará la encuesta.

### **1.4.3 Técnicas**

Las técnicas que serán parte de las herramientas de recolección de datos para el proyecto serán la entrevista, la cual permitirá obtener información real de los posibles proyectos que exista en los sitios de interés de la Ruta Spondylus, puede que ya exista un proyecto de estos. También ayudará a saber qué es lo que piensan las personas que viven ahí y por los problemas que podrían estar pasando lo cual no les permite atraer más turistas.

La entrevista será realizada a las autoridades de las ciudades principales de la Ruta Spondylus, es decir, las más visitadas como lo son: Salinas, Libertad y la península de Santa Elena. Es posible que se entrevisten autoridades de pueblo cercanos para determinar cuál es su manera de promocionarse como sitio turístico y que servicios o actividades ofrecen.

Mediante la encuesta se podrá establecer el segmento de mercado con sus necesidades, gustos, preferencias, problemas, los sectores más visitados por los turistas y si es viable para ellos la inclusión de una aplicación de celular smartphone como herramienta de promoción y satisfacción para los viajeros con información turísticas, entre otros servicios.

Para el momento de la recolección de datos la meta que el investigador busca es obtener datos que le vayan a servir para la viabilidad del proyecto que se encuentra en la etapa de investigación para la posterior aplicación del mismo.

Cuando se elabora un cuestionario o una entrevista es indispensable establecer qué tipos de preguntas se harán. De esta manera se cuenta con las preguntas abiertas y cerradas. Generalmente en el cuestionario se utilizan preguntas cerradas porque se buscan resultados objetivos, por su parte en la entrevista son muy comunes las preguntas abiertas para obtener aspectos subjetivos. Para Heineman (1999), “En las preguntas cerradas las posibles respuestas se encuentran ya incluidas en la pregunta. Son la forma más extrema de estandarización” (p.105)

Entre otras técnicas que podrían ser utilizadas para proyectos en el momento de recolectar información son:

- La observación directa: La persona encargada del proyecto se presenta personalmente con el medio a investigar.
- Observación indirecta: Son los datos que se recolectan de resultados de estudios, experiencias, hechos, u otras investigaciones.

#### **1.4.4 Tipo de Estudio**

Los tipos de estudios permiten al investigador acercarse más a la problemática que podría enfrentarse. Existe el tipo de estudio exploratorio y el descriptivo.

Hernández, Fernández y Baptista (1998) afirman que:

Los estudios exploratorios se efectúan, normalmente, cuando el objetivo es examinar un tema o problema de investigación poco estudiado o que no se ha abordado antes. Por ejemplo, si alguien desea investigar lo que opinan los habitantes de alguna ciudad sobre su alcalde o gobernador y como piensa resolver los problemas de ella, revisa la literatura y encuentra que se han hecho muchos estudios similares pero en otros contextos (otras ciudades del mismo país o del extranjero).

Los estudios descriptivos buscan especificar las propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis. Sirven para medir o evaluar diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar.

Para la propuesta de este tema se ha determinado utilizar el tipo de estudio exploratorio ya que este tipo de estudio busca dar una visión general del tema a tratar. En cuanto a la propuesta del desarrollo de una aplicación de celular smartphone para la promoción de la Ruta dirigido a principalmente a familias que viajan por diversión y relax así como a grupo de amigos, y en menor porcentaje a empresarios u otros, la mayoría de origen guayaquileño por ser la ciudad más cercana a la Costa pero a la vez extranjeros provenientes en su mayoría de Argentina, Europa y Estados Unidos. Es indispensable la aplicación de dicho tipo de estudio debido a que ellos ayudan a que determinadas investigaciones, proyectos o en este caso propuestas que no están completamente desarrollados sean de carácter más familiar para de este modo poder llegar a lo conclusión de su posible implementación.

Según Rojas (1988) el estudio exploratorio, se refiere a un primer acercamiento que el investigador tiene con el problema o fenómeno que estudia, con el objeto de realizar un análisis descriptivo del mismo y contar con elementos para precisar los problemas y elaborar y concretar las hipótesis y los objetivos del estudio así como afinar el plan general de la investigación. El contacto con el objeto de estudio puede hacer por vías diferentes: observación directa e indirecta (por ejemplo, entrevistas a informantes claves), y “por medio de análisis preliminar de documentos diversos que traten sobre el tema”. (p. 144)

De este modo se puede demostrar que este tipo de estudio aplica al tema en desarrollo. Con la propuesta se busca determinar la viabilidad de este tipo de proyecto en base a proyectos y modelos exitosos en otras ciudades.

### **1.5 Diseño de la investigación a efectuar**

Según Díaz (2006) el diseño de la investigación es la manera práctica y concreta que el investigador debe de idear para responder a las preguntas de investigación. Esto implica seleccionar o desarrollar un diseño de investigación y aplicarlo al contexto particular de su estudio. El término diseño se refiere al plan o a la estrategia concebida para responder a las preguntas de investigación.

Kerlinger (1975) define el diseño de la investigación como el plan, la estructura y la estrategia de investigación concebidos para obtener respuestas a preguntas de investigación y controlar la varianza.

Kirk (1972) lo define como:

Un plan de acuerdo con el cual se asigna los sujetos a los diferentes grupos o condiciones experimentales. Hay cinco actividades interrelacionadas que lo caracterizan: a) la formulación de hipótesis estadísticas, b) el establecimiento de reglas de decisión para poner a prueba dicha hipótesis, c) la recogida de datos de acuerdo con un plan que permita evaluar las hipótesis, d) el análisis de datos, y e) la toma de decisiones respecto a las hipótesis y a la formulación de inferencias inductivas respecto de las hipótesis científicas o de investigación.

El concepto de estos autores, coinciden en que el diseño de la investigación es un plan o estructura del proyecto en el que se toman en cuenta algunas variables como lo es la formulación de una hipótesis, análisis y recopilación de datos, con el fin de llegar a una conclusión y cumplir con los objetivos.

La Ruta Spondylus, ubicada en toda la Costa del Ecuador, concentra a la provincia de Santa Elena con los siguientes cantones:

INEC (2010)

- Cantón Libertad con 95.942 habitantes
- Cantón Salinas con 68.675 habitantes
- Cantón Santa Elena con 144.076 habitantes

Y la provincia de Manabí:

- Cantón Puerto López con 20.451 habitantes

Con un total de 329.144 de población entre los 4 cantones pertenecientes a la Ruta Spondylus. Se considera una población infinita ya que sobrepasa los 100.000 elementos.

## 1.6 Muestra

La muestra es un “subconjunto representativo de un universo o población”. (Morles, 1991, p. 54).

Para Castro (2003), expresa que si la población es menor a 50 elementos, la población es igual a la muestra.

Para poder realizar el muestreo y determinar la muestra del proyecto, se utilizará la siguiente fórmula:

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{e^2}$$

En donde:

n= Tamaño de la muestra

Z<sup>2</sup>= Grado de confianza que adopta los siguientes valores

U= Universo

P= Probabilidad de éxito

Q= Probabilidad de Fracaso (1-p)

E= Error (entre el 1% y 5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25}{0.0025}$$

0.9416

$$n = \frac{\quad}{0.0025} = 384.16$$

Con este resultado, se concluye que 384 es el valor mínimo de personas por realizar encuestas para lograr obtener resultados importantes.

## 1.7 Modelo de Encuesta

### Edad:

18 – 20

20 – 30

30 – 50

50 – en adelante

### Sexo:

M

F

### 1.- ¿Con qué frecuencia viaja usted al año?

a) 2 – 3 veces

b) 4 – más

### 2.- Usted viaja en compañía de:

a) Pareja

c) Amigos

b) Familia

d) Solo

### 3.- ¿Cuál destino turístico prefiere?

a) Costa

c) Amazonía

b) Sierra

### 4.- Si elige la playa, ¿Cuánto tiempo le gusta permanecer ahí?

a) 1 día

c) 1 mes o más

b) Fin de semana

d) Solo en temporada

**5.- Indique su motivo de viaje**

a) Trabajo   
b) Diversión

c) Salud   
d) Otros

**6.- ¿Cree usted, que existe suficiente información de la Ruta Spondylus en páginas de internet?**

a) Si

c) No

**7.- ¿Le gustaría tener acceso en su celular a una aplicación que le permita visualizar su locación actual, que le ayude dirigiéndolo hacia su destino, que le indique los lugares turísticos que se encuentran en el camino y realizar reservas y pagos por medio de su Smartphone?**

a) Si

c) No

## 1.8 Interpretación de Resultados

### Edad de los encuestados

Tabla 1  
Edad de los encuestados

<b>RANGO DE EDAD</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
18-20	119	31%
20-30	168	44%
30-50	69	18%
50- XXX	28	7%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS:</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

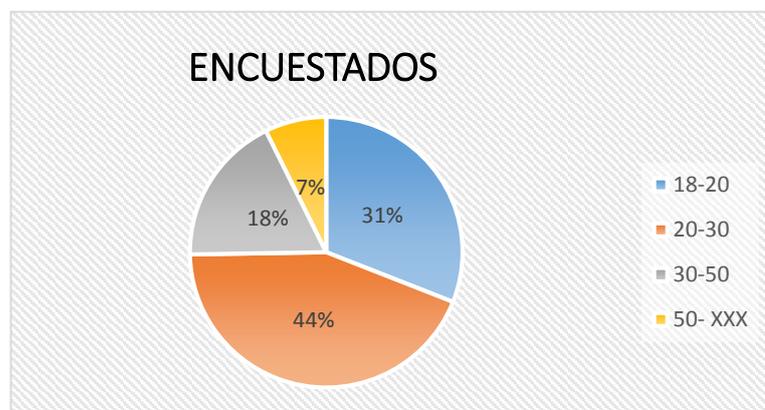


Figura 1.. Edad de los Encuestados

Elaborado por: Los Autores

Las encuestas se realizaron a personas de diferentes edades que comprenden desde los 18 años en adelante, en los rangos de 18 – 20 años, 21 – 30 años, 31 – 50 años, 50 años en adelante. El rango de 20 – 30 años de encuestados tiene el mayor porcentaje con un 44%. Este resultado nos nos indica que las personas de 20-30 años posiblemente estén más relacionados con la tecnología y con el internet. Adicional a esto, es un segmento económicamente activo por lo que posiblemente ya son independientes.

## Género Sexual de los encuestados

Tabla 2

Persona por género sexual.

<b>GÉNERO SEXUAL</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
Femenino	180	47%
Masculino	204	53%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS:</b>	384	100%

Elaborado por: Los Autores

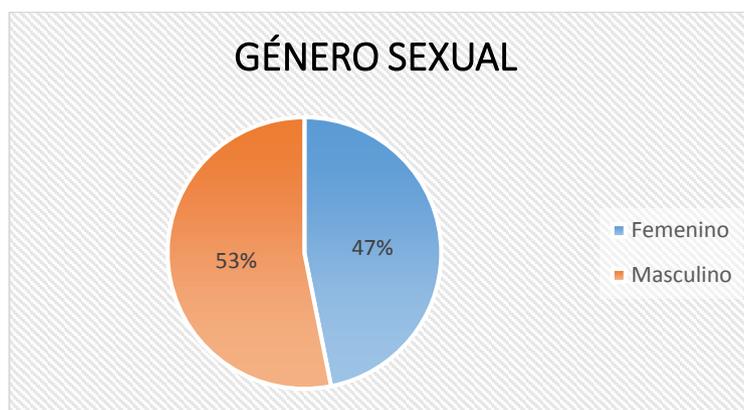


Figura 2. Persona por género sexual.

Elaborado por: Los Autores

Se puede concluir que de las 384 personas encuestadas, el 47% son de género femenino y el 53% de género masculino por lo que en su mayoría las personas encuestadas fueron hombres. En Ecuador a pesar de que la inclusión de la mujer en el área laboral ha incrementado enormemente, aún prevalece el género masculino como proveedor económico de las familias y hogares y los que tienen la obligación y deber de tener un trabajo.

## 1.- ¿Con qué frecuencia viaja usted al año?

Tabla 3

Tabla de Frecuencia de viajes al año

<b>FRECUENCIA</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
2-3 VECES	197	51%
4 - MÁS	187	49%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS:</b>	384	100%

Elaborado por: Los Autores

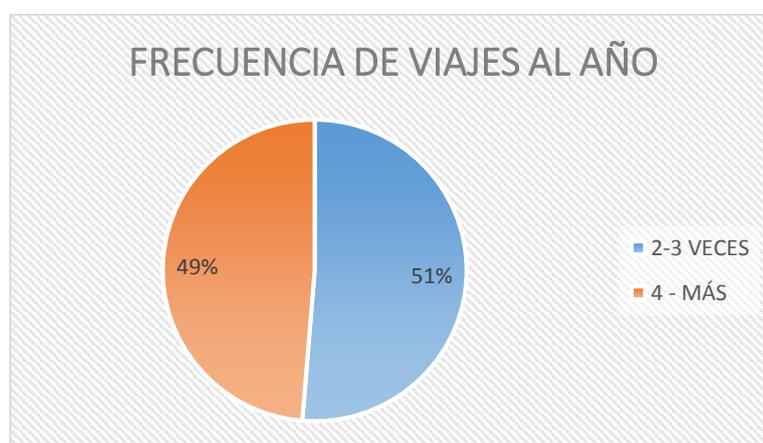


Figura 3. Frecuencia de viajes al año

Elaborado por: Los Autores

De las personas encuestadas, el 51% tiene las posibilidades de viajar de 2 – 3 veces por año y el 49% viaja 4 o más veces. No hay una gran variedad en los porcentajes de las dos opciones, lo que quiere decir que las personas encuestadas pertenecen a un segmento económicamente medio, medio alto ya que tienen la posibilidad de viajar de 2 a más veces al año.

## 2.- Usted viaja en compañía de:

Tabla 4

Preferencias de Compañía al momento de viajar

<b>PREFERENCIA DE COMPAÑÍA</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
PAREJA	99	26%
FAMILIA	147	38%
AMIGOS	95	25%
SOLO	43	11%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS:</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

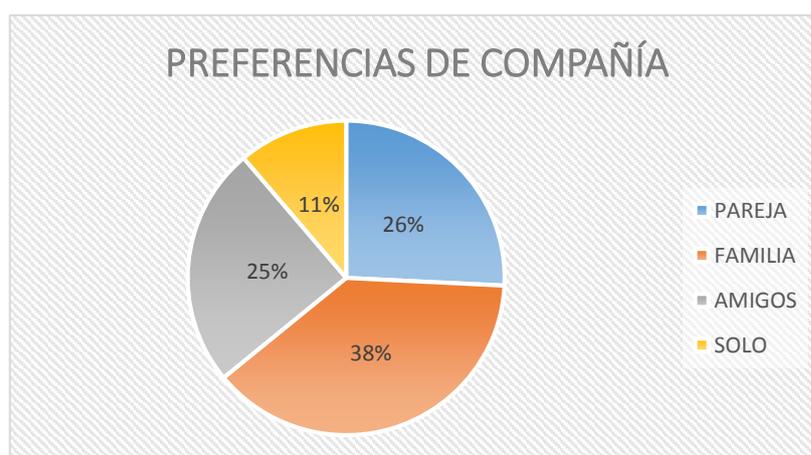


Figura 4. Preferencias de Compañía al momento de viajar

Elaborado por: Los Autores

Entre las opciones de las preferencias de compañía al momento de viajar se demuestra que con un 38% la mayoría prefiere hacerlo en familia, siguiendo con un 26% en pareja, 25% con amigos y un 11% solo. Estos porcentajes indican que la mayoría prefiere viajar en compañía lo que es un beneficio porque esto genera más ingresos y aumenta la posibilidad de uso de Ruta Spondylus App.

### 3.- ¿Cuál destino turístico prefiere?

Tabla 5

Preferencias de destinos turísticos en el Ecuador

<b>PREFERENCIA DE DESTINO</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
COSTA	190	49%
SIERRA	136	35%
AMAZONÍA	58	15%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS:</b>	384	100%

Elaborado por: Los Autores



Figura 5. Preferencias de destinos turísticos en el Ecuador

Elaborado por: Los Autores

En su mayoría, los encuestados han escogido con un 50% la Costa como destino preferido al momento de viajar dentro del Ecuador. La Sierra con un 35% y la Amazonía con 15%. Las personas encuestadas en su mayoría residen en la ciudad de Guayaquil, por lo que estos resultados indican que de preferencia tienen como destino la Costa por su cercanía, ubicación, fácil acceso y la variedad de servicios turísticos que cumplen con las exigencias de los viajeros.

#### 4.- Si elige la playa, ¿cuánto tiempo le gusta permanecer ahí?

Tabla 6

Tiempo de Estadía en el destino Costa

<b>TIEMPO DE ESTADÍA</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
1 DÍA	29	8%
FIN DE SEMANA	153	40%
1 MES O MÁS	35	9%
SOLO TEMPORADA	167	43%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS:</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

Elaborado por: Los Autores

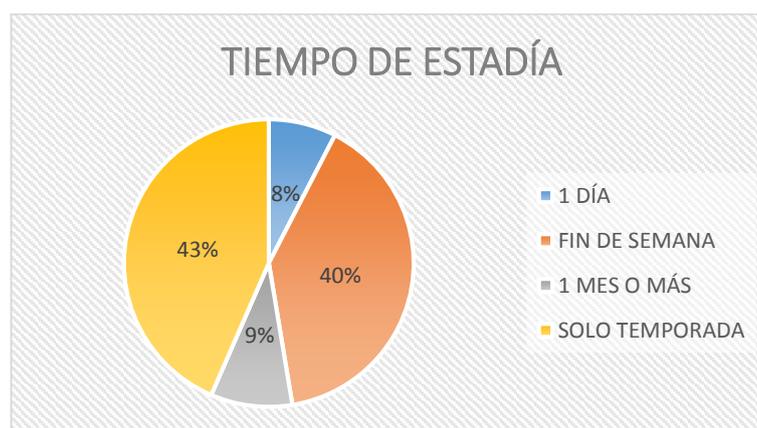


Figura 6. Tiempo de Estadía en el destino Costa

Elaborado por: Los Autores

La mayoría de los encuestados decide viajar solo por temporada con un porcentaje 43%. La época de la temporada en la Costa es cuando recibe la mayor cantidad de turistas porque su clima se presta para disfrutar del mar, sol, disfrutar y relajarse.

## 5.- Indique su motivo de viaje

Tabla 7

Motivo de Viaje

<b>MOTIVO DE VIAJE</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
TRABAJO	77	20%
DIVERSIÓN	144	38%
SALUD	56	15%
OTROS	107	28%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS:</b>	384	100%

Elaborado por: Los Autores

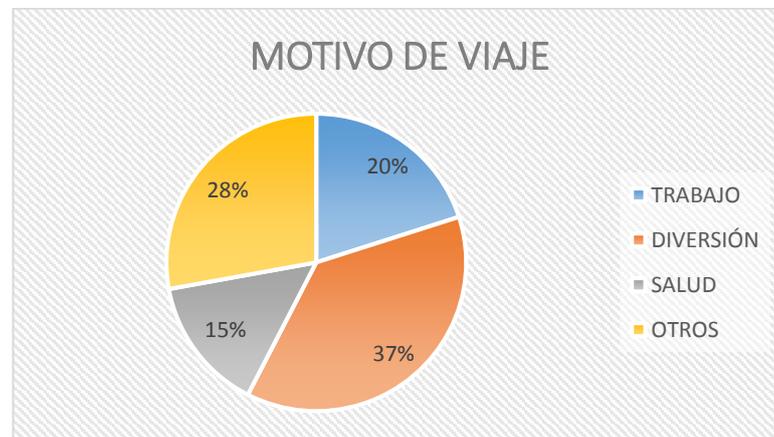


Figura 7. Motivo de Viaje

Elaborado por: Los Autores

Como preferencia se demuestra que el motivo de viaje de la mayoría de los encuestados con un 37% viajan por motivo de diversión, el 28% por otros motivos, 20% por trabajo y el 15% por salud. La Costa tiene una gran oferta turística de entretenimiento como deportes acuáticos, gastronomía y actividades nocturnas para pasar un agradable momento junto a la familia o amigos.

## 6.- ¿Cree usted, que existe suficiente información de la Ruta Spondylus en páginas de internet?

Tabla 8

Existencia de Suficiente información Turística

<b>SUFICIENTE INFORMACIÓN TURÍSTICA</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
SI	167	43%
NO	217	57%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS:</b>	384	100%

Elaborado por: Los Autores

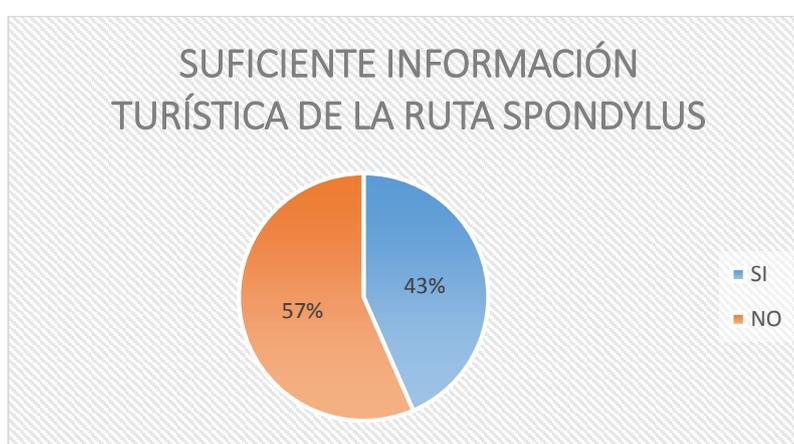


Figura 8. Existencia de suficiente información turística

Elaborado por: Los Autores

El 57% de los encuestado indica que no tiene mucha información en internet sobre la Ruta del Spondylus y el 43% de los encuestado indica que sí. Estos resultados señalan que aproximadamente la mitad de los encuestados están conformes con la información que ofrecen las redes sociales y páginas web acerca de los servicios que oferta la Ruta.

**7.- ¿Le gustaría tener acceso en su celular a una aplicación que le permita visualizar su locación actual, que le ayude dirigiéndolo hacia su destino, que le indique los lugares turísticos que se encuentran en el camino y realizar reservas y pagos por medio de su Smartphone?**

Tabla 9

Aceptación de una aplicación móvil

<b>ACEPTACIÓN DE UNA APLICACIÓN MÓVIL</b>	<b>ENCUESTADOS</b>	<b>PORCENTAJES</b>
SI	311	81%
NO	73	19%
<b>TOTAL DE ENCUESTAS:</b>	384	100%

Elaborado por: Los Autores

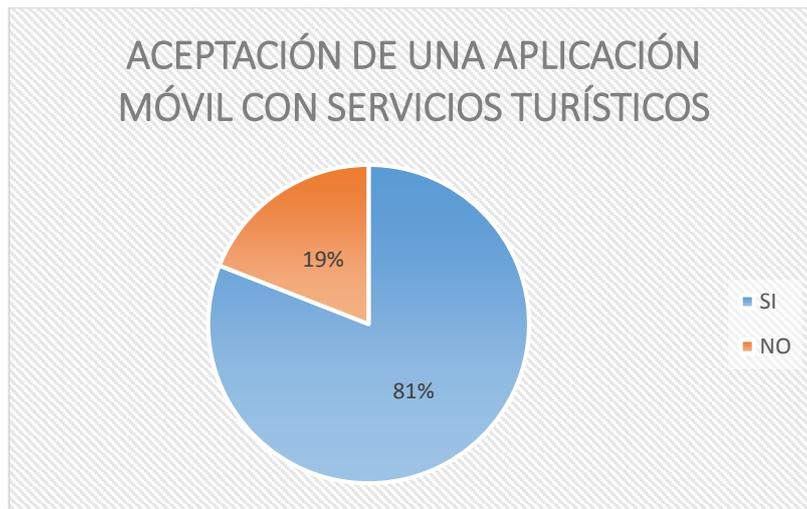


Figura 9. Aceptación de una aplicación móvil

Elaborado por: Los Autores

El 81% de los encuestados si les gustaría tener acceso en su celular a una aplicación móvil que les permita visualizar y dirigirse a sus destinos y donde se les indique los sitios de interés turísticos que se encuentran en el camino.

## **1.9 Entrevistas**

Para el proyecto, una de las herramientas de recolección de datos utilizadas fue la Entrevista con el fin de obtener información real y la situación de la Ruta Spondylus mediante las autoridades o personas encargadas de promover el turismo de las ciudades o pueblos más importantes.

### **Entrevista realizada el 08 de Julio del 2005 a la gerente de la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena, la Ing. Katherine Saltos.**

#### **1. ¿Cómo funciona EMUTURISMO?**

Es una empresa municipal de turismo, todo cantón o municipio debe de tener un área de turismo, muchos lo tienen como Dirección de Turismo y otros como empresa municipal de Turismo. Al ser una empresa municipal somos parte del Municipio pero somos autónomos en administración, en la parte financiera y en todos los ámbitos y por su puesto nos manejamos por medio de un directorio que lo dirige el Alcalde.

#### **2. ¿Cuál es la situación actual con respecto al desarrollo turístico de Santa Elena?**

Como situación actual en cuanto al turismo, estamos bastantes preocupados por fortalecerlo no solo con los atractivos naturales que ya tenemos, sino desarrollando nuevos atractivos, nuevos inventarios turísticos para poderlos promocionar. Sabemos bien que la demanda es más exigente porque las personas tienden a salir a otros países y ciudades y exigen mucho más. Es por eso, que nosotros debemos estar siempre preparados en la parte turística para también satisfacer esas necesidades, y tal vez no de igual manera que en otros países pero si ofrecer alternativas de acorde a las necesidades de los turistas. La situación actual no está 100% apta pero si estamos en un proceso de desarrollo. En este año se ha hecho más incapie en el turismo y

antes se trabajaba de manera muy empírica, actualmente ya tenemos planes de trabajo y proyectos.

### **3. ¿Cuáles son los proyectos que tienen al momento para fortalecer el turismo?**

Tenemos muchos proyectos, Santa Elena como cantón cuenta con 68 comunas y cada una tiene un atractivo turístico diferente que mostrar. Estamos empezando por las playas, tenemos 12 activas de las cuales para el 2016 tenemos como proyecto implementarle baterías sanitarias, duchas para dar un mejor servicio al turista. Hay lugares como Chandui y Salanguillo que tienen atractivos naturales increíbles pero lamentablemente no se cuenta con la difusión necesaria para darlos a conocer, por eso estamos tratando de trabajar en eso ya que actualmente ya contamos con el índice de calidad que exigen los turistas. Siempre estamos haciendo promociones desde el peaje al momento que los turistas ingresan desde Guayaquil y también al momento ya tenemos el primer mapa del cantón Santa Elena porque a veces pensamos que la playa solo es Salinas y Montañita.

### **4. ¿Qué medios tecnológicos utilizan como medio de promoción?**

La parte de redes sociales como Facebook, Twitter, Instagram, tenemos actualmente el Youtube. Nos estamos uniendo con instituciones por medio de Hashtags, por la página de la Asociación de Municipios del Ecuador que nos están ayudando mucho para integrarnos también en sus actividades y por su puesto nuestra página web que es siempre nuestro medio de comunicación. Siempre estamos enviando información por estos medios. Se tiene planificado para el próximo año hacer una aplicación para celulares smartphone con el fin de poder trabajar en conjunto y dar una herramienta más al turista ofreciendo facilidad de ubicación y guía turística desde su teléfono. La mayoría de la Ruta del Spondylus la tiene Santa Elena, desde Zapotal hasta la Rinconada, avanzando hasta Manabí. Estamos coordinando para que esta aplicación funcione en conjunto de toda la provincia, unificar a todos los cantones es un poco complicado pero todos tenemos la misma visión.

## **5. ¿Cuáles son los problemas que afectan al turismo?**

No contamos con todos los servicios básicos en todas las playas, falta sistema de alcantarillado en algunas localidades, la falta de involucramiento de las comunidades y crean y valoren lo que tienen. Con ellos hay que trabajar con pinzas, pero estamos empezando a socializar con ellos pero sabemos que esto es un proyecto a largo plazo. Son problemas solucionables pero que se encuentran actualmente en el cantón.

### **Entrevista realizada el 08 de Julio del 2005 a la directora de Turismo del Municipio de Salinas, la Lcda. Viviana Gómez.**

#### **1. ¿Cuáles son sus principales proyectos para fomentar el Turismo?**

La actividad turística tiene un gran porcentaje de incremento en Salinas, tanto así que como proyecto actual y principal estamos buscando la manera de conservar los atractivos que ya tenemos y encontrar la manera de desarrollarnos y ampliarnos. Ya que el mercado en Salinas está saturándose tanto así, que Salinas adquiere la mayoría de la energía eléctrica dejando a otras ciudades con poco poder y ya no hay suficiente espacio para continuar con construcciones hoteleras.

#### **2. ¿Tienen programas de capacitación para el sector turístico?**

Si, realizamos capacitaciones para la industria hotelera, guías turísticos, entre otros todas las semanas con el fin de atraer personas que deseen profesionalizarse en el campo, ya que en Salinas no hay el suficiente personal interesado a pesar de que el Turismo ha hecho crecer increíblemente a esta ciudad.

**3. ¿Utilizan algún medio tecnológico como fuente de promoción turística?**

Principalmente redes sociales, mientras se pueda hacer uso de ellas sin ningún costo son las más convenientes y la que nos facilita llegar de manera más rápida a los turistas nacionales e internacionales sin tener que presentarnos personalmente. Trabajamos con muchas fotos de los atractivos que ofrece Salinas, como nuestros muelles, malecón, playas, paisajes, restaurantes típicos, mercados de artesanía. También tenemos una página web en la que se publica los proyectos turísticos que están en vigencia, y tenemos un proyecto a mediano plazo de crear una aplicación móvil turística que permita a los turistas tener todos los servicios de las actividades turísticas en su celular.

**4. ¿Ustedes se manejan únicamente como Salinas o hay alguna integración con las demás municipalidades para fomentar la visita a toda la Ruta Spondylus?**

Como Salinas es más fácil manejarnos pero todos tenemos el mismo objetivo que es valorar los atractivos que tenemos y poder llegar a difundirlos de la mejor manera con el fin de atraer y captar a la mayor cantidad de turistas que permitan a los habitantes de cada ciudad mejorar su estilo de vida y crear plazas de trabajo. No es fácil trabajar entre diferentes comunidades.

**5. ¿Qué turistas considera usted son los que mayor ingresos traen a Salinas?**

La mayor cantidad de turistas en Salinas son de la ciudad de Guayaquil o de la Sierra, son los que buscan este destino como actividad de recreación y descanso. Muchos de ellos son dueños de departamentos o casas.

## **1.10 Análisis de entrevistas efectuadas**

Se realizó una visita por un día a las municipalidades de Santa Elena y Salinas el 08 de Julio del 2015 con el objetivo de recolectar datos reales sobre la situación actual del área turística de los sitios más visitados por los turistas.

En Santa Elena, coincidimos con una rueda de prensa que hubo en ese momento en el que se quería dar a conocer los proyectos actuales para promover Santa Elena y sus comunas y adicionalmente crear conciencia en los habitantes de valorar y sentirse orgulloso de donde vienen y de los atractivos que tienen.

En Salinas, la Lcda. Viviana Gómez nos recibió en su oficina en el Municipio. Nos comentó sobre su preocupación por la saturación de mercado que tienen, problemas como la falta de servicios básicos que son una razón fundamental para impedir el desarrollo del turismo.

Después de haber realizado estas entrevistas se llegó a la conclusión de que es posible que todas las municipalidades o directorios de turismo de las diferentes ciudades, pueblos o comunas tengan el mismo objetivo de fomentar el turismo como una actividad que genere progreso y desarrollo, ingresos económicos y plazas de trabajo. A pesar de esto coinciden en que no es fácil trabajar entre los diferentes municipios o directorios turísticos porque cada uno exige el beneficio de su propia comuna, pero continúan con la socialización entre ellos para llegar a algún acuerdo y poder conseguir sus objetivos.

## **CAPÍTULO 2: ESTUDIO DE MERCADO**

### **2.1 Estudio de Mercado**

El estudio de mercado se realiza con el fin de tener un conocimiento más amplio de quienes serían los posibles consumidores del producto a ofrecer recopilando datos, información específica, con resultados estadísticos que nos permitan acercarnos a una respuesta sobre la aceptación y viabilidad del proyecto.

Es necesario que se haga un estudio de mercado para el desarrollo de cualquier tipo de proyecto, ya que esto permitirá conocer más al mercado que se dirigirá o se moverá, sobre todo conocer que tan reales y viables son las ventas. Esta información será útil para saber qué tan rentable será el negocio y su aceptación.

### **2.2 Fuerzas de Porter**

- **Amenaza de los nuevos competidores**

- 

El mercado de las aplicaciones de celulares smartphones es un producto relativamente nuevo en el Ecuador. Los negocios se han dedicado únicamente a promocionarse mediante redes sociales y publicidad física, y a la vez la creación de sus portales web para dar a conocer a las personas su producto. Poco a poco se ha ido incluyendo esta idea de aplicaciones de celular en proyectos nuevos, pero en el área de turismo aún no han sido aplicada.

Esto se convertiría en una amenaza, ya que una vez que sea posible que el proyecto salga a la luz y tenga éxito, la demanda va a incrementar rápidamente. La Ruta Spondylus, específicamente, es el lugar en la que se va a enfocar este proyecto, por el momento solo cuenta con una página web con información muy limitada para los turistas.

Con los nuevos proyectos del gobierno incentivando el ingreso de turistas extranjeros al país y también promoviendo el turismo interno, la ruta Spondylus ha ido evolucionando y modernizándose con carreteras en excelente estado, sitios gastronómicos por todo el camino y estaciones de gasolina para

la comodidad de todos los viajeros. Pero aún existe la desinformación, no hay la facilidad de obtener información en tiempo real de movilización, de mapas, de guías y de sitios que podrían ser de interés como lugares culturales, naturales e históricos en el camino.

La inversión extranjera y nacional en el sector turístico ha incrementado en gran nivel, por lo que muchos empresarios están a la espera de proyectos exitosos para su rápida implementación.

- **Rivalidad entre los competidores**

Por ser un proyecto nuevo, esta fuerza no será muy notoria al comienzo. La idea es que el proyecto tenga éxito y como suele ser normalmente irán apareciendo empresas con el mismo producto, con las aplicaciones de celular, con ideas innovadoras pero que entre todas las empresas se tendrá el mismo fin, facilitar la visita de los diferentes destinos en la Ruta Spondylus a los viajeros. Se tratará de mantener la ética profesional y empresarial para mantener una buena relación y aportar a la comunidad.

- **Poder de negociación de los proveedores**

La Ruta Spondylus ha ido creciendo con el tiempo, por lo tanto aún no cuenta con un proyecto como este. Los proveedores podrán aprovecharse del nuevo proyecto e imponer precios altos que no convendrían para empezar con la inclusión de aplicaciones. Se haría primero un estudio de mercado en ciudades o provincias externas cotizando materia prima y comparar. Se escogerá lo más conveniente con el fin de mantener costos bajos y lograr los objetivos.

- **Poder de negociación de los clientes**

Por ser un producto nuevo, antes de ser lanzado al mercado se ha hecho un estudio del segmento o sector elegido como mercado. Entre la información analizada es el costo total del producto y el valor que estarían dispuestos a pagar por un producto nuevo que será de mucho uso para los viajeros e incluso para el sector corporativo, quienes son los que no tienen tiempo para realizar

trámites, ni buscar con anticipación. Por ser pioneros, no sería tan difícil imponer los precios.

#### - **Amenaza de ingreso de servicios o productos sustitutos**

Ser pioneros en el mercado de la ruta Spondylus realmente sería una gran ventaja, ya que no se cuenta aún con productos que tengan las mismas funciones ni requisitos que cumplan con dichas satisfacciones de los clientes. El único producto sustituto por el momento es la página web de la ruta del sol, que no es tan conocida a nivel nacional peor aún a nivel internacional.

### 2.3 Análisis P.E.T.S.A

#### • **Político**

El representante actual del país es el presidente Rafael Correa. Al momento el Ecuador está pasando por una crisis a nivel nacional por diferentes intereses y opiniones del pueblo y el gobierno por lo que existe una inestabilidad política y desconfianza. Este gobierno ha apostado al turismo como opción de en el futuro llegara a ser el principal ingreso económico del país por lo que ha hecho grandes inversiones en proyectos turísticos en el extranjero para dar a conocer nuestros excelentes productos del sector turístico. El principal y más grande proyecto es “All you need is Ecuador”, usando este nombre como marca y nombre de identificación del país.

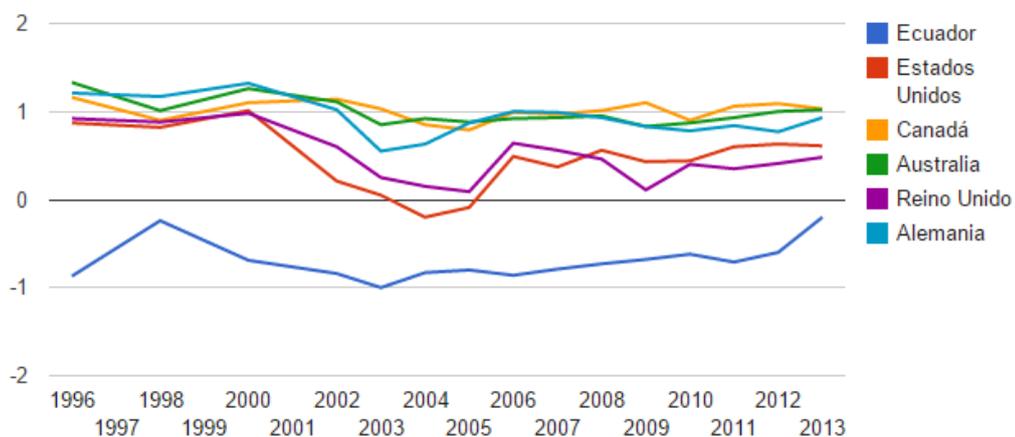


Figura 10. Comparación de estabilidad Política del Ecuador  
Fuente: The Global Economy, 2013.



Figura 11. Ingreso de divisas en el Ecuador por concepto de Turismo.  
Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador, 2012.

- **Económico**

Según el Ministerio de Turismo del Ecuador, el turismo interno aporta a la economía del país con \$1.100 millones de dólares de acuerdo a las cifras estadísticas del 2010 y en el 2011 aportó con \$5.000 millones al movimiento de la economía de acuerdo a lo publicado por el viceministro Luis Falconí ya que el gasto turístico de los viajeros ha ido incrementando. En el 2012, el viceministro añadió que el turismo tuvo un 13.52% en comparación al año 2011 con un 9% pero a pesar de esto, aún no es suficiente el rubro ya que los egresos son superiores a los ingresos.

## El turista gasta, en promedio, USD 807 en Ecuador

Gasto por año en dólares

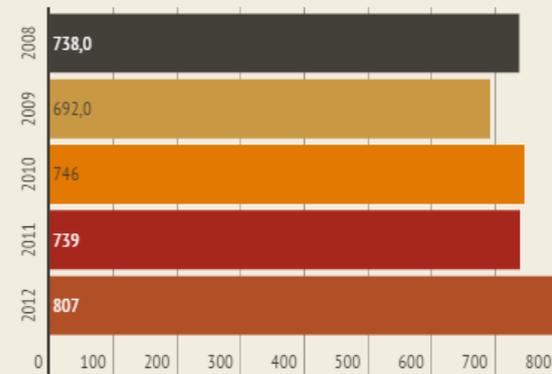


Figura 12. Gasto promedio de turistas en el Ecuador  
Fuente: Diario El Comercio, Febrero 2015

CUADRO 1: RANKING DEL ICG 2012 - 2013				
PAÍS	ICG 2012 - 2013		ICG 2011 - 2012	Variación 2011-2012
	Posición	Puntaje	Posición	
SUIZA	1	5,72	1	→ 0
SINGAPUR	2	5,67	2	→ 0
FINLANDIA	3	5,55	4	↑ 1
SUECIA	4	5,53	3	↓ -1
HOLANDA	5	5,50	7	↑ 2
EE.UU.	7	5,47	5	↓ -2
CHILE	33	4,65	31	↓ -2
PANAMÁ	40	4,49	49	↑ 9
BRASIL	48	4,40	53	↑ 5
MÉXICO	53	4,36	58	↑ 5
COSTA RICA	57	4,34	61	↑ 4
PERÚ	61	4,28	67	↑ 6
COLOMBIA	69	4,18	68	↓ -1
URUGUAY	74	4,13	63	↓ -11
<b>ECUADOR</b>	<b>86</b>	<b>3,94</b>	<b>101</b>	<b>↑ 15</b>
ARGENTINA	94	3,87	85	↓ -9
BOLIVIA	104	3,78	103	↓ -1
NICARAGUA	108	3,73	115	↑ 7
PARAGUAY	116	3,67	122	↑ 6

Figura 13 Informe de Competitividad Global  
Fuente: Cámara de Comercio de Guayaquil (2012 – 2013)

Según la Cámara de Comercio de Guayaquil, el Ecuador pasó del puesto 101 al 86 en el avance de economías de 144. Esto es un hecho positivo para el país, pero aun así la economía sigue en desarrollo tratando de mejorar e intentado incluir el turismo como uno de los ingresos principales del país.

- **Social**

En el campo social del sector turístico se han incrementado las inversiones por parte del gobierno y empresas privadas para promover la capacitación de profesionales en el área con el fin de contribuir con la educación, mejorar el servicio y a la vez generar plazas de empleo para beneficio común y poder ofrecer un producto íntegro, único y de calidad. Adicionalmente el incremento de turistas ya sea nacionales o extranjeros ha permitido aparte de crear plazas de empleos, una mejoría en el estilo de vida de los habitantes de cada sector en los que ha habido la posibilidad de explotar sus productos turísticos.

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), el nivel de pobreza en el Ecuador ha disminuido de acuerdo a resultados obtenidos de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo. (INEC, 2015).

Así mismo, el INEC (2015) afirma que:

“El estudio registra que la pobreza a nivel nacional en junio de 2015 se ubicó en 22,01% en comparación al 24,53% de junio de 2014, la reducción de 2,52 puntos porcentuales es estadísticamente significativa. Para el mismo periodo, la pobreza a nivel rural varió de 41,69% en 2014 a 38,05% en 2015, con una disminución significativa de 3,65 puntos porcentuales. La pobreza urbana en junio de 2015 fue de 14,44%, mientras que en junio de 2014 se ubicó en 16,30%, una reducción significativa de 1,87 puntos porcentuales”.

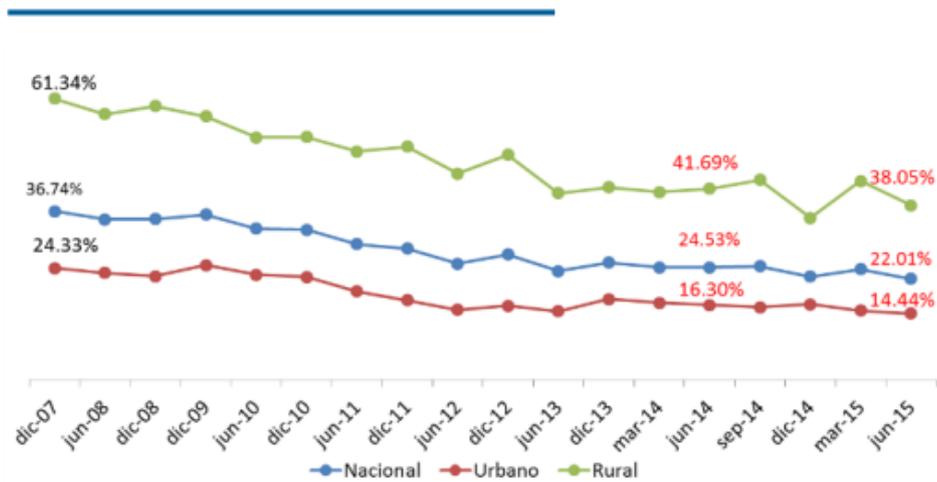


Figura 14. Evolución de la Pobreza  
Fuente: ENEMDU (2015)

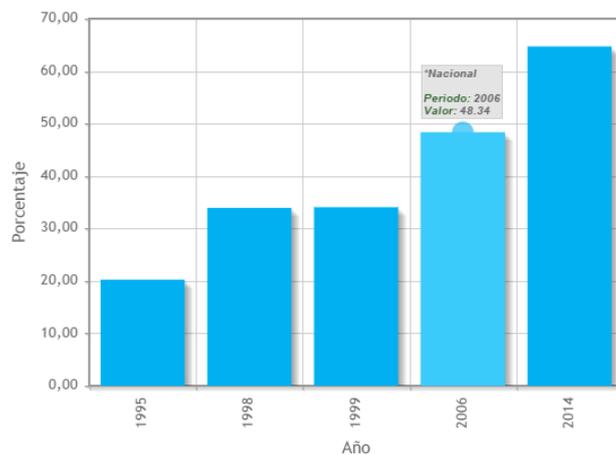


Figura 15. Porcentaje de matrículas de educación en nivel secundaria. Personas de 15 – 17 años  
Fuente: INEC (2014)

- **Tecnológico**

Para cualquier industria en estos tiempos, la tecnología es un requisito para el crecimiento de un negocio. Permite disminuir costos, agilizar la mano de obra, facilita la comunicación sin importar distancias, es una herramienta de publicidad con costos bajos y sobretodo ayuda a conseguir todo tipo de información que sea necesaria para vender un servicio o producto. Lo más importante es que mediante el internet se puede

llegar con el producto a todo el mundo por redes sociales, páginas web, aplicaciones, correos, entre otros. El Ministerio de Turismo del Ecuador tiene su propia página web en la que hace conocer los proyectos turísticos y uno de estos es promover el desarrollo de software para aplicaciones como estrategia para potenciar el turismo a nivel tecnológico.

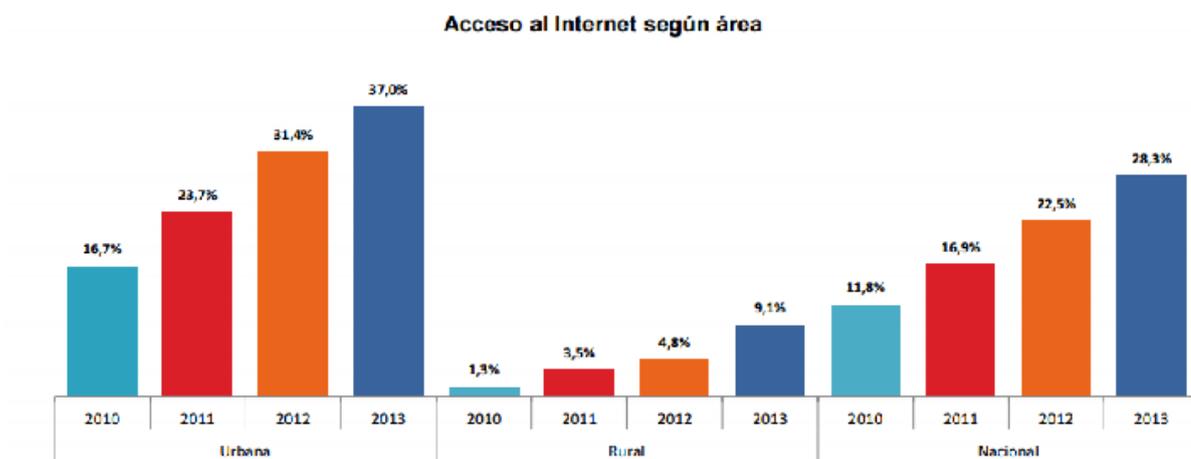


Figura 16. Acceso al Internet según área  
Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU ( 2010 - 2013).

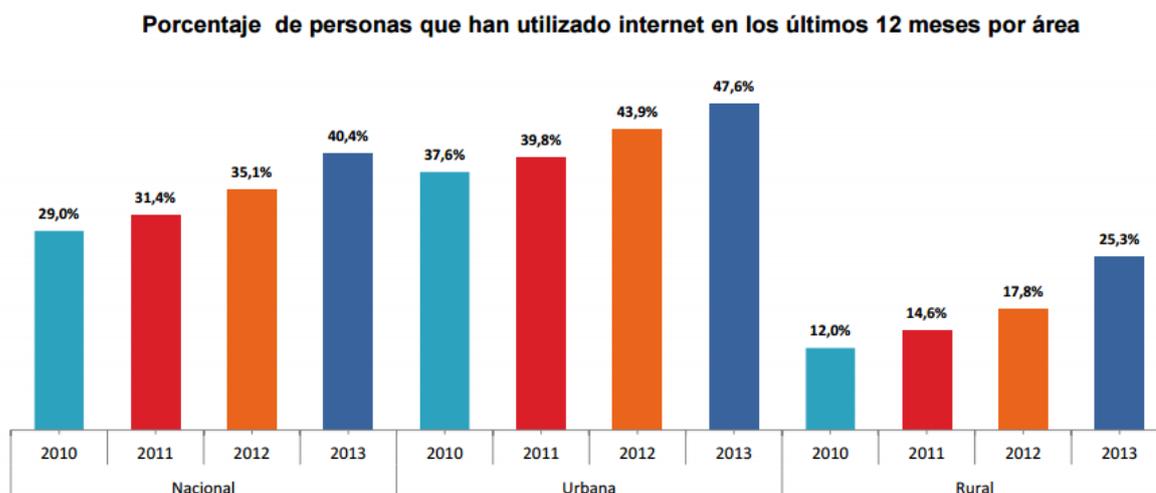


Figura 17. Porcentaje de personas que han utilizado internet  
Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU ( 2011 - 2013).

Es notable el incremento del uso del internet mediante los resultados de la Encuesta, con un incremento en cada año y en el área urbana es donde predomina el

uso de este servicio, pero en el área rural a pesar de ser más bajo el uso del servicio también hay un notable incremento año a año.

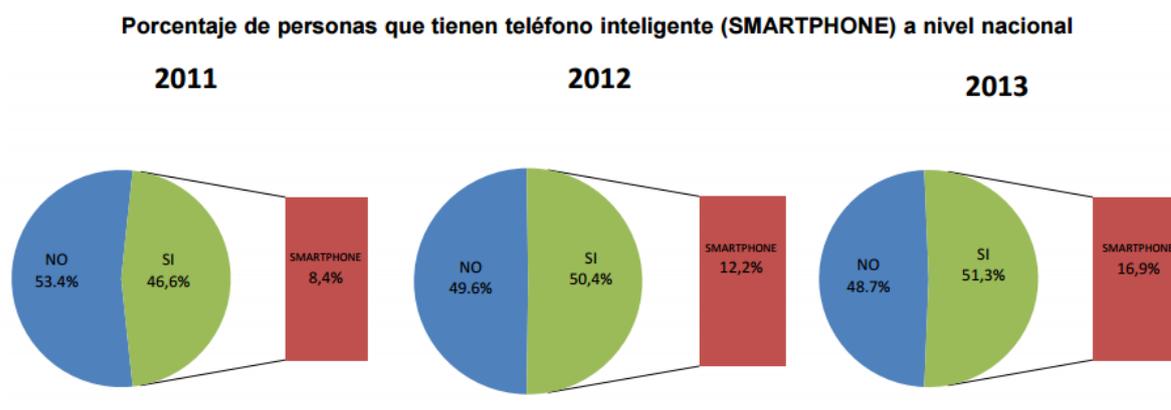


Figura 18. Porcentaje de personas que tienen teléfono inteligente (Smartphone)  
Fuente: Encuesta Nacional de Empleo Desempleo y Subempleo – ENEMDU (2011 – 2013).

Mediante este gráfico se puede concluir que un teléfono celular prácticamente ya es una herramienta diaria de cada persona con la que se puede comunicar fácilmente entre familiares, amigos, clientes, trabajadores, etc. El crecimiento del uso de un celular smartphone en los habitantes del Ecuador en el año 2013 ascendió, obteniendo a más de la población con esta herramienta.

- **Ambiental**

El gobierno del presidente Rafael Correa ha intentado incentivar y capacitar no solo a los profesionales en turismo sino a toda la población para la realización de actividades que permitan preservar el medio ambiente y los productos turísticos como lo es el reciclaje, evitar la tala de árboles y el daño a la naturaleza e incluso ha propuesto multas para quienes evadan el cuidado al medio ambiente.

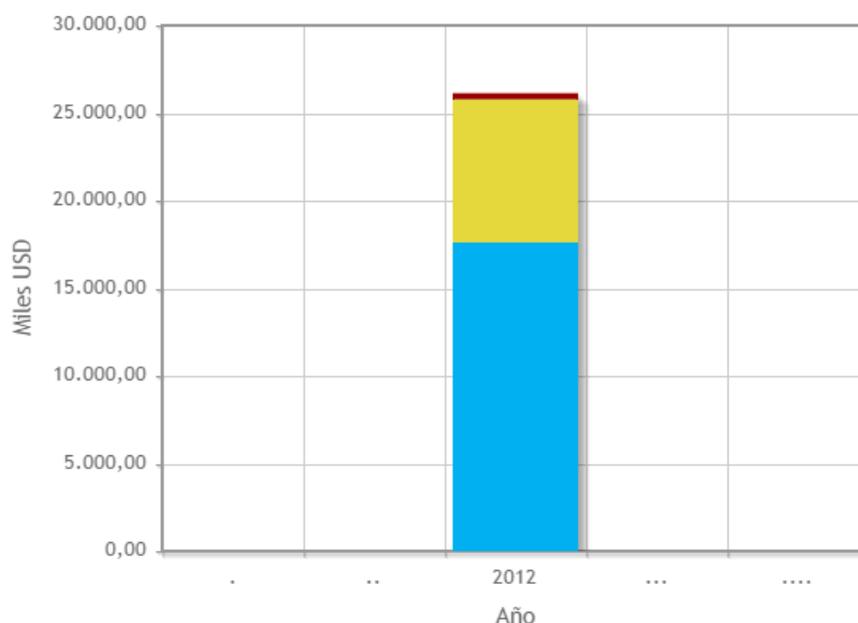


Figura 19. Inversión de Gobiernos Provinciales destinados a la Protección del Medio Ambiente.

Fuente: INEC (2012).

## 2.4 Oferta del mercado

“Un mercado es un grupo de compradores y vendedores de un determinado bien o servicio. Los compradores determinan conjuntamente la demanda del producto y los vendedores la oferta”. (Mankiw, 2009: Pag 47)

La Ruta Spondylus es una de las rutas más visitadas en el Ecuador por turistas nacionales e internacionales, siendo predilecta principalmente por la belleza y gran extensión de sus playas que pueden encontrar a lo largo de todo el camino, siendo claramente las playas su principal atractivo.

Esta ruta abarca casi toda la costa del país con una longitud aproximada de 115km, por lo tanto cuenta con infinitos destinos de interés siendo los más visitados: Salinas, La Libertad, Santa Elena, Puerto López y Puerto Cayo. Todas éstas son ciudades modernas, con infraestructura de lujo ya que por el gran incremento de turistas en los últimos años, la inversión nacional y extranjera le han apostado al turismo en estas ciudades.

Las playas a diferencia de muchas otras en el extranjero tienen una larga extensión, arena suave y limpia, el mar siempre se lo podrá encontrar con una temperatura ideal para gozar de un baño en este. A sus alrededores se encuentra una variedad de restaurantes con una gastronomía exquisita en mariscos y en algunas ciudades cuentan con su propio patio de comidas cerca o al pie del mar como en General Villamíl Playas, Ballenita, Ancón, etc.

Todas las semanas los turistas podrán encontrarse con una serie de eventos o actividades típicas de la Costa como lo son campeonatos de Surf, entre otro tipo de deportes acuáticos como el Kayak y buceo. También se realizan desfiles de moda de ropa playera, fiestas tradicionales de las ciudades o pueblos, actividades de pesca, parapente, senderismo, ciclismo, observación de aves y ballenas, chivas marinas y paseos en bote, etc.

Hoteles, hosterías, hostales se pueden encontrar por toda la ruta y acorde a cualquier presupuesto. Desde hoteles 5 estrellas con servicios de lujo hasta cuartos en renta para cualquier clase de viajero o motivo de turismo. Todos cuentan con servicios básicos y alguno de ellos con servicios extras también como agua caliente para el baño, servicio de wifi, tv cable, parqueo o guardianía.

En esta ruta se puede encontrar atractivos o actividades para todo tipo de turismo, incluyendo el turismo de salud con la presencia de los baños termales de San Vicente. Este complejo cuenta con fuentes termales subterráneas y piscinas termales, rocas ígneas no volcánicas las cuales ofrecen una gran cantidad de minerales beneficiosos para la salud de las personas. Así mismo, para el turismo religioso, cuenta con una gran cantidad de iglesias por toda la ruta, en cada ciudad y en algunos pueblos.

## **2.5 Demanda del mercado**

La Ruta Spondylus ha tenido un avance y desarrollo notable ya que el gobierno actual ha apostado al turismo como un generador importante de ingresos. A la ruta ingresan viajeros nacionales principalmente, guayaquileños en mayor cantidad por su cercanía y por supuesto, también extranjeros en especial de todo América y Europa, buscando gozar de las relajadas playas que ofrece el lugar y el ambiente tranquilo.

El rápido incremento de turistas hace que cada vez el mercado sea más exigente. Por lo tanto, para que los objetivos de la Ruta tengan éxito lo que se busca siempre es innovar o crear productos y servicios antes de que el viajero lo necesite, de esta manera siempre se lo mantendrá satisfecho.

El consumidor actual dispone de poco tiempo y dificultad al encontrar información actualizada y en tiempo real sobre su destino turístico, por lo que la falta de opciones que estén a la mano sin tener que hacer trámites en la actualidad es una gran necesidad.

“Tanto la ausencia como el fallo o fallo de un producto, como un anuncio en televisión, pueden provocar el reconocimiento de la necesidad”. (Talaya, Miranda, Gonzáles, Pascual, Lara y Vásquez, 2008: Pag 121)

## CAPÍTULO 3

### 3.1 Razón Social

Ruta Spondylus App S.A. es el nombre de la razón social del proyecto que consiste en una aplicación de teléfono celular smartphone que tiene como fin promocionar y ofrecer servicios que favorezcan y beneficien a los viajeros y a los habitantes de la Ruta Spondylus. Los socios aportaran con un porcentaje al capital social equitativo por lo que todos tendrán el mismo valor de acciones.

### 3.2 Objeto Social

- Ser una empresa que beneficie al incremento del turismo de la Ruta Spondylus.
- Ofrecer un servicio de calidad, diferente e innovador para los turistas.
- Promover los destinos turísticos de la Ruta Spondylus

### 3.3 Logo



*Vive tus emociones en la Ruta Spondylus*

Figura 20. Logo de la Aplicación

Elaborado por: Los autores

### **3.4 Slogan**

Vive tus emociones en la Ruta Spondylus.

### **3.5 Misión**

Satisfacer las necesidades de los turistas con todos los estándares profesionales que se requiere para el éxito de la aplicación de celular Smartphone con ideas innovadoras y un servicio impecable.

### **3.6 Visión**

Ser líder en el mercado de aplicaciones turísticas logrando la aceptación del proyecto en el mercado siendo reconocidos por la calidad, innovación y servicio único.

### **3.7 Valores**

- Respeto
- Honestidad y Transparencia
- Compromiso y Fidelidad
- Trabajo en equipo y Responsabilidad

### **3.8 FODA**

#### **Fortalezas**

- Es un proyecto tecnológico nuevo en el área de turismo de la Ruta Spondylus.
- El servicio que se ofrecerá será de fácil adquisición y de calidad
- Se brindará varios servicios en una sola aplicación móvil
- Será posible disminuir costos mediante la promoción por redes sociales gratuitas.
- Se trabajará con profesionales capacitados en el área

## Oportunidades

- La Ruta Spondylus cuenta con infraestructura para todo tipo de viajeros y presupuesto.
- Las carreteras actualmente son de primera categoría y de fácil acceso.
- El turismo está en todo su apogeo por lo que se cuenta con apoyo nacional e internacional.
- La Ruta Spondylus es uno de los destinos más visitados y preferidos de los turistas nacionales y extranjeros.
- Se cuenta con atractivos para cualquier tipo de turismo: entretenimiento y aventura, cultural, religioso, salud, de naturaleza.

## Debilidades

- No hay un 100% de confianza en servicios tecnológicos on line.
- Aún no existe la costumbre a nivel nacional de hacer uso de aplicaciones de celular para servicios turísticos.
- No se cuenta con un alto presupuesto por parte de los socios accionistas.

## Amenazas

- Costos altos en el área tecnológica
- Entrada de nuevos competidores o productos sustitutos

## 3.9 Organigrama

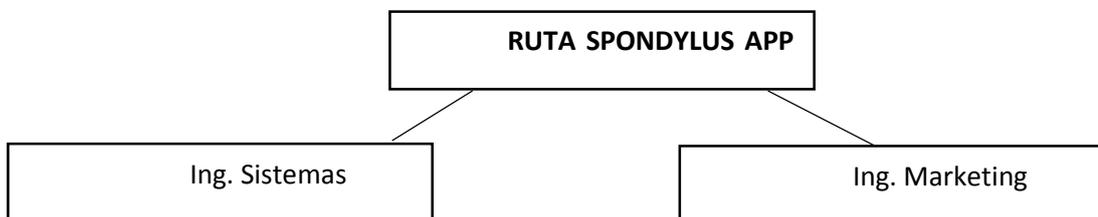


Figura 21. Organigrama de Ruta Spondylus App S. A

Elaborado por: Los autores

### **3.10 Mercado Objetivo**

La Ruta Spondylus en los últimos años ha logrado un incremento de visitas de turistas nacionales e internacionales, lo que ha tenido como consecuencia una mejoría en el estilo de vida de sus habitantes. Esta Ruta ofrece a todos sus turistas una experiencia única donde se podrán divertir con familia, amigos, parejas, e incluso encontrar un lugar donde retirarse y vivir relajadamente.

Sus tantos y diferentes atractivos, infraestructura moderna, variedad de restaurantes con una rica gastronomía en mariscos entre otros servicios hacen que sus turistas queden fascinados y vuelvan cada vez que puedan. Lugares como Montañita atraen a una cantidad de extranjeros que incluso desean quedarse viviendo ahí o en algún lugar cercano de la Ruta.

Pero la realidad de esta zona es que carece de medios de promoción y de facilitar a sus turistas información importante que los ayude a dirigirse donde ellos deseen, con mapas, rutas, sitios de interés en el camino, restaurantes, hoteles, etc. Por eso, este proyecto está dirigido a un segmento de mercado un poco amplio, ya que la Ruta Spondylus recibe viajeros locales específicamente de Guayaquil en su mayoría por ser la ciudad más cercana así como también de Quito y Cuenca en cierta temporada que ronda desde Septiembre a Octubre, y extranjeros provenientes de Argentina, Europa y Estados Unidos. En particular, a los jóvenes y adultos mayores que habitan en el Ecuador y a los turistas extranjeros.

## CAPÍTULO 4: ESTUDIO TÉCNICO

### 4.1 Localización del Proyecto

#### 4.1.1 Macro Localización

Ruta Spondylus App S.A. estará ubicado en el cantón de Santa Elena, en la provincia de Santa Elena, Ecuador. Las oficinas de Ruta Spondylus App S.A. tendrán una ubicación central entre todas las ciudades y pueblos que conforman la ruta Spondylus para tener facilidad de acceso entre clientes y proveedores.

En la provincia de Santa Elena se encuentran las mejores playas más conocidas y visitadas del país, entre otros atractivos y servicios turísticos que se pueden acoplar a cualquier tipo de turismo que el viajero desee realizar por la Ruta Spondylus y sus deportes extremos.



Figura 22. Macro localización  
Elaborado por: Los Autores

### 4.1.2 Micro Localización

Las instalaciones de Ruta Spondylus App S.A. estará ubicado en las calles 9 de Octubre y Comercio, sector céntrico del cantón, detrás de la catedral Emperatriz de Santa Elena.

La ubicación de Ruta Spondylus App S.A. estará en un punto estratégico, debido a que estará cerca del Municipio del cantón de Santa Elena que está ubicado en la calle 18 de Agosto y Chimborazo, la Prefectura se encuentra ubicada en las calles 9 de Octubre y Guayaquil al igual que la Empresa Municipal de Turismo de Santa Elena, en la parte más comercial de Santa Elena.

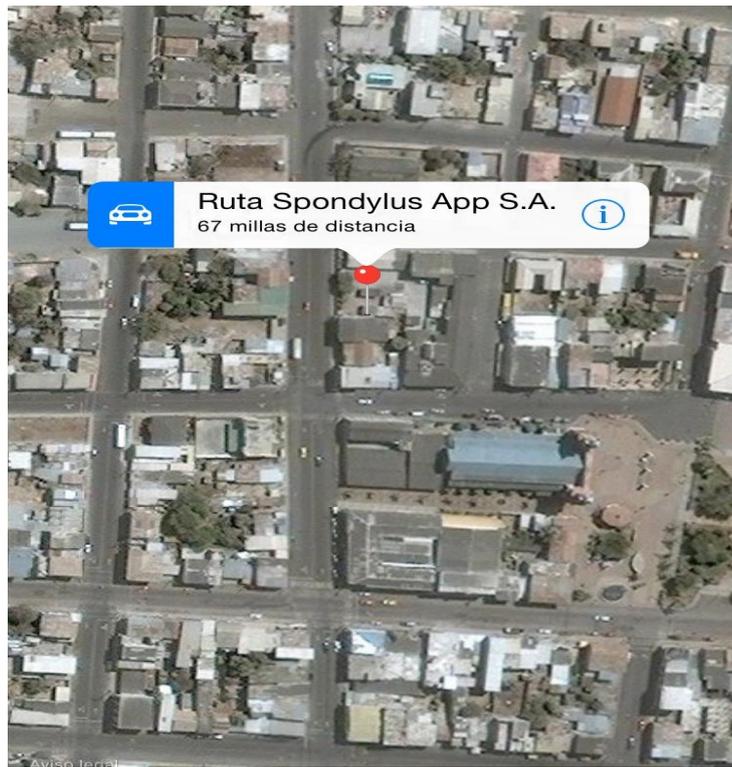


Figura 23. Micro Localización  
Elaborada por: Los autores

## 4.2 Distribución física del espacio

Las instalaciones de Ruta Spondylus App S.A. estarán distribuidas en un terreno de 100 mts<sup>2</sup>. Es decir, tendrá 10m x 10m de áreas de trabajo. El espacio es relativamente pequeño ya que el equipo de trabajo estará conformado solo por tres personas: 1 Ingeniero de Marketing y 1 Ingeniero de Sistemas y 1 administrador. Contará con tres escritorios, uno para cada trabajador con su silla de trabajo y una pared vacía blanca para poder proyectar las actualizaciones de la aplicación, también se contará con un baño completo y quedará espacio en caso más adelante se necesite integrar una persona más al equipo de trabajo.

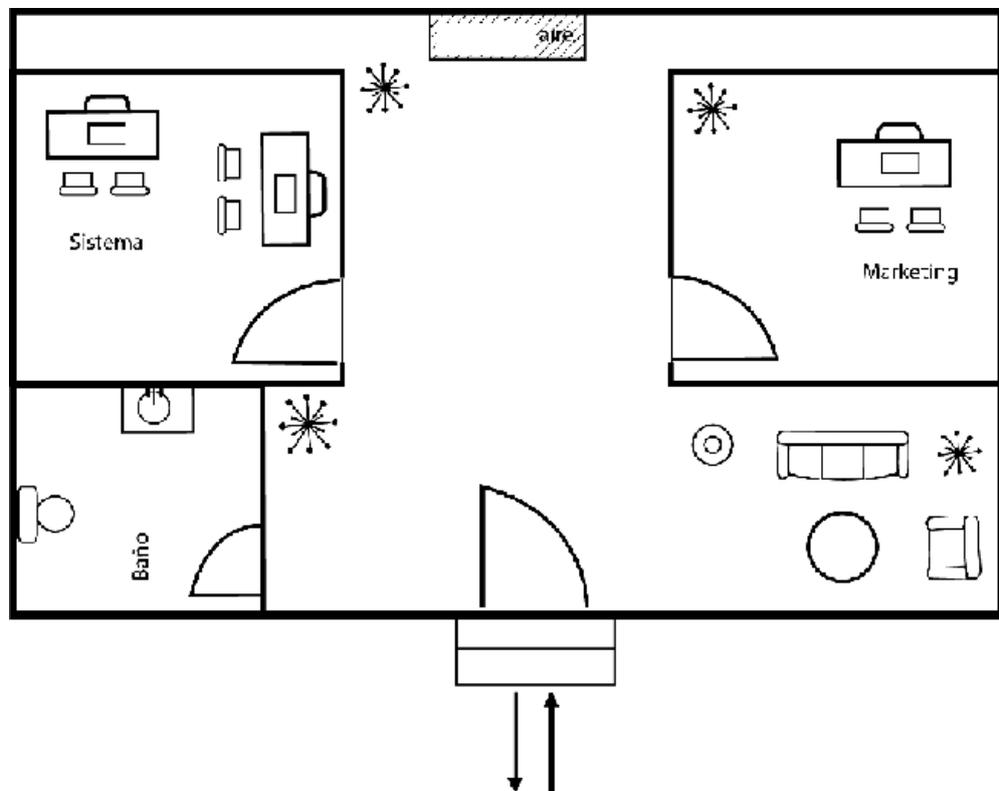


Figura 24. Distribución del espacio físico  
Elaborado por: Los autores

## 4.3 Horario de funcionamiento

Los horarios de atención al público de Ruta Spondylus App S.A durante todo el año serán de miércoles a viernes de 11:00 am a 15:00 pm, los sábados y domingo

de 12:00 am a 16:00 pm. Se escogieron estos días debido que hay mayor demanda de turistas y con eso se podrá resolver cualquier duda o inquietud que tengan.

#### **4.4 Infraestructura necesaria**

Las instalaciones de Ruta Spondylus App S.A. tendrán 10m de largo x 10m de ancho en el cual se distribuirá un baño, una pequeña oficina para el Ing. de Sistemas y otra pequeña oficina para el Ing. de Marketing.

#### **4.5 Productos a ofrecer**

Se ofrecerá una aplicación turística para celulares smartphones con la que se podrá obtener información real de los diferentes y más importantes destinos turísticos de la Ruta Spondylus, se podrá realizar reservas y pagos de hospedajes, restaurantes, shows, conciertos, discotecas, entre otros. Este servicio podrá ser usado durante las 24 horas del día mediante la aplicación en celulares smartphones.

#### **4.6 Control de calidad**

La gestión de control de calidad se basara en estándares y normas que serán usadas para la correcta realización de proceso y así mejorar la forma de trabajo, tanto de productos como de servicios, se realizarán actualizaciones a la aplicación continuamente basadas en las exigencias de los usuarios.

De acuerdo con las normas ISO su objetivo es:

“Conjunto de características de una entidad que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas” (ISO 8402:1994)

“Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (ISO 9000:2008)

“Necesidades del cliente: todos los clientes tienen necesidades que han de ser satisfechas, y las características del producto han de satisfacerlas” (ISO 9001:2008)

## 4.7 Permisos Municipales

- **Trámite de Permiso Anual de Funcionamiento (PAF)**

Los locales comerciales donde presten servicios de alojamiento a huéspedes permanentes o transeúntes, los restaurantes, o en general, lugares donde se consuman alimentos y bebidas alcohólicas, comercio en general que no estén dentro de la jurisdicción del Ministerio de Turismo, obtendrán su Permiso Anual de Funcionamiento (PAF) otorgado por las Intendencias Generales de Policía de cada Provincia.

- **Inclusión**

Para ingresar en el catastro de los establecimientos sujetos al cobro de los PAF, que se encuentran bajo el control de la Intendencia General de Policía de Santa Elena en la provincia de Santa Elena, en la apertura de nuevos establecimiento o la inclusión en el catastro de locales que no lo constaban.

- **Requisitos:**

- Fotocopia legible de la Cédula de Ciudadanía y papeleta de votación
- Fotocopia legible del RUC o RISE
- Fotocopia legible de la Patente (en caso de tenerla)
- Autorización de la Comisaría Municipal Actualizado
- Permiso de Funcionamiento del Ministerio de Salud
- Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos
- Permiso de Uso de suelo (Licoreras, Bar, Discotecas, Nigth club, Karaokes, Restaurantes

Para los locales que expenden bebidas alcohólicas: informe de la inspección realizada del Local, adjuntando Croquis de ubicación y Fotografías).

**Fuente: Gobernación de Santa Elena**

## 4.8 Permisos de Bomberos

### **Por primera vez:**

Requisitos:

- Permiso municipal de uso de suelo.
- Copia de la cédula del propietario o representante legal.
- Copia de RUC o RISE
- Inspección
- Copia de Factura de la compra o recarga del extintor a nombre del propietario.
- Pago de tasa anual

### **Renovación**

- Permiso municipal de uso de suelo.
- Permiso de año anterior
- Factura de recarga de extintor
- Pago de tasa anual
- Si existiere algún cambio en el local (realizar solicitud de inspección)

### **Requisitos mínimos previo a inspección**

- Puerta de acceso 1,4 mt mínimo de ancho
- Puerta de escape 1,8 mt mínimo de ancho (la puerta de escape abre hacia fuera del establecimiento), solo picaporte interno; no chapas ni candado.
- Lámparas de emergencia a baterías
- Señalización vías de evacuación
- Rotulo de capacidad máxima (determinada por el Cuerpo de Bomberos)
- Ventilación suficiente

## **Requisitos para trámites de construcción**

- Estar al día en el pago de la contribución del 0.15x1000, sobre la propiedad urbana.
- Estar al día en el pago de permisos de funcionamiento de locales comerciales, (En caso de tenerlos).
- Pago de tasa de inspección de terreno ( \$40.00)
- Solicitud dirigida al primer jefe (Crnl. Francisco de la O Guale), solicitando inspección de terreno, y ficha técnica de registro de edificación; para que sea declarado **“terreno idóneo, apto para construcción proyectada”**
- En la solicitud deberá constar dirección y teléfono del solicitante, numero de manzana y solar a inspeccionarse y motivo por el cual se solicita la inspección.
- Dicha solicitud deberá constar de firma y numero de cedula del solicitante, quien deberá ser: Propietario, o, representante legal, o, responsable técnico del proyecto.

### **Adjunto a la solicitud deberá presentar:**

- 2 juegos completos de los planos arquitectónicos, de instalaciones sanitarias, eléctricas, y especiales.
- Ultima cartilla de pago de impuesto predial
- Recibo de pago al Colegio de Arquitectos, en dicho recibo deberá indicar la cantidad de mts<sup>2</sup> proyectados para la construcción.
- En sistema de Prevención de incendios, se hará constar en los planos de instalaciones, con su respectiva simbología. En el caso de no disponer de planos de instalaciones, el sistema de Prevención constara en los planos arquitectónicos.
- Memoria técnica del sistema de seguridad contra incendios, sanitarios, eléctricos y de instalaciones especiales. 85 Una vez presentada toda la documentación requerida, y en un plazo no mayor a 3 días laborables, el departamento de prevención d incendios, emitirá un informe interno al señor primer jefe, con las recomendaciones y correctivos, acordes con las normas de Prevención de incendios. En las siguientes 24 horas, se informara al interesado a través de secretaria, si se le otorga o no el respectivo permiso. Si el dictamen es favorable se le notificara para que se acerque a tesorería a

consignar el valor de la tasa de permiso de construcción (VISTO BUENO DE EDIFICACION), retirar el mismo y los planos debidamente sellados, y, las recomendaciones a las que hubiera lugar. En caso de ser negado el visto bueno por incumplimiento de las normas detalladas en el capítulo de disposiciones generales de protección contra incendio para edificación, o de existir inconformidad con la documentación presentada, o por insuficiencia del sistema de prevención de incendios propuesto; el Cuerpo de Bomberos efectuara las recomendaciones del caso para que el proyectista o propietario, elabore los correctivos pertinentes para su aprobación. El informe de visto bueno tendrá validez de un año desde la fecha de su emisión; una vez transcurrido este plazo se considera caducado. Tasa por servicios contra incendios

- (Contribución anual, del cero punto quince por mil, sobre el avalúo de la propiedad urbana, para el cuerpo de bomberos de la libertad, y de conformidad con el art. 66.- literal a del R.O. 429, del 27 de septiembre 2004, y la ley de defensa contra incendios del 2 de abril de 1979)

- Recibo de pago de año anterior
- Recibo de pago de año actual del predio urbano.

**Fuente: Cuerpo de Bomberos de Libertad.**

## **CAPÍTULO 5: PLAN DE MARKETING**

### **5.1 Segmentación de Mercado**

El proyecto estará dirigido para los jóvenes y adultos con promedio de edad de 20 – 50 años en su mayoría y se estima que mayormente provienen de la ciudad de Guayaquil por ser la más cercana y con facilidad de acceso a la Ruta Spondylus y en la temporada de vacaciones de la Sierra del Ecuador muchos turistas de Quito y Cuenca también ingresan a la ruta en gran porcentaje. Se seleccionó 20 años como edad, ya que son mayores de edad y son independientes para realizar viajes por diferentes tipos de turismo, en su mayoría por vacaciones, días festivos, feriados, familiares o con amigos.

Adicionalmente a los turistas que se estiman de la ciudad de Guayaquil y extranjeros, se suma un gran porcentaje de adultos extranjeros retirados o jubilados que eligen algún destino específico de la Ruta Spondylus como nuevo lugar para habitar y disfrutar su retiro, al igual que jóvenes extranjeros que buscan destinos como Salinas, Montañita, Puerto López por motivo de aventura, deportes acuáticos y algunos deciden quedarse también viviendo en estos destinos.

### **5.2 Estrategias de Posicionamiento**

Para lograr un posicionamiento de mercado y de producto exitoso para el proyecto se usará las siguientes estrategias con el fin de realzar la calidad y beneficios de la aplicación de celular Ruta Spondylus App y conseguir nuevas oportunidades.

- Posicionamiento por calidad o precio y beneficio: Para los usuarios no tendrá ningún costo el obtener la aplicación mediante un celular Smartphone lo que lo hace accesible para todos.
- Posicionamiento por ser un producto único hasta el momento en la Ruta Spondylus lo que hará más fácil lograr el reconocimiento en los usuarios por no tener una competencia.

- Permitirá a los usuarios obtener beneficios y facilidades de ubicación, conocimiento de destinos turísticos y reservas y pagos mediante la misma aplicación.

El desarrollo de una aplicación de celular Smartphone para la Ruta Spondylus permitirá e incluirá facilidades a los diferentes visitantes para el acceso a la ruta, el conocimiento de los diferentes sitios turísticos y su historia que no son famosos ni reconocidos a nivel mundial. Podrán solicitar información turística, servicios turísticos, actividades de recreación de acuerdo al tipo de turismo que se realice.

## **5.3 Marketing Mix**

### **5.3.1 Producto**

El producto que se ofrecerá a los consumidores es una aplicación para celulares smartphones. Este es un modelo de teléfono celular específico llamado también teléfono inteligente, el cual se caracteriza por su gran cantidad de memoria para almacenar datos y con mejor conectividad a internet que otros teléfonos, semejante al uso de una computadora, por su puesto con algunas diferencias.

Una de las facilidades del uso de este tipo de celulares es que se puede realizar la mayoría de las actividades que una computadora, pero en tamaño pequeño y de bolsillo. Estos teléfonos permiten a los usuarios instalar programas o aplicaciones que ofrecen variedad de servicios, en este caso Ruta Spondylus App se enfocará específicamente en el sector turístico, a promover los sitios de interés de la ruta y ofrecerá información histórica y ubicación con mapa incluido.

Se podrá obtener información de los hoteles más reconocidos con un promedio de 3 a 4 opciones por categoría; alta, media y baja. Ya que los posibles consumidores son desde mochileros que buscan las habitaciones más económicas hasta personas que buscan relajarse y hospedaje lujoso. Los restaurantes también se encontrarán por categoría, divididos por presupuesto y por tipo de comida.

Los establecimientos y actividades que serán parte de la aplicación mediante contrato serán en categoría de hoteles: en Salinas, el hotel Barceló Colón Miramar, Hotel Marvento II. En Montañita, Hotel Baja Montañita, Montañita Tiki Limbo y Montañita International. En Santa Elena, Hotel El Cisne II, en Punta Centinela el Royal Decameron, en Puerto López la Hostería Piqueros Patas Azules. En Ayangue la Hostería Ayangue Sun Beach y en Olón el Hostal Oloncito, en Playas el Hostal Puerto Villamil y Hostería Las Veraneras.

Para el área gastronómica contaremos con el restaurante de Cevichería La Lojanita en Salinas, Restaurante Comida Esmeraldeña en Ballenita, Restaurante Asadero Kleber comida hecha en ollas de barro y horno artesanal en Santa Elena, Patio de Comidas en la Libertad, Hola Ola Café y Marea Pizzeria en Montañita.

Para actividades de deporte formarán parte en Montañita el Para pente a través de la empresa Parapente Montaña, en Olón Clases de Surf mediante la escuela de Surf School, Cursos de Buceo en Ayangue con la empresa Ray Aguila.

Para actividades de recreación nocturna se contará con la participación de Discoteca Nativa Bambú y Caña Grill en Montañita, en Salinas Discoteca Arena Club y Bar Biga.

Estos establecimientos y actividades están ubicados en lugares estratégicos y donde la demanda de turistas es más alta por lo que se considera un beneficio para la aplicación.

Adicionalmente se ofrecerá información turística y cultural de sitios de interés como las playas, museos como El Museo Arqueológico en Salango, Museo de Amantes de Sumpa, la visita a las Ballenas en la Costa del Pacífico en temporada, parques como el Parque Nacional Machalilla entre otros.

Este es un producto que estará a la mano de cualquier persona. En el Ecuador hay un alto porcentaje de la población que tiene este tipo de celular Smartphone por lo que esto es una ventaja.



Figura 25. Producto a ofrecer

Elaborado por: Los Autores

### 5.3.2 Precio

La aplicación de celular tiene un costo de \$1 dólar americano para los usuarios que deseen instalarlas por lo que sería accesible para todos. Este es un producto que al momento no tiene competencia por lo que es un beneficio para los consumidores.

El ingreso económico para la empresa adicional al \$1 por cada descarga de la aplicación será por el 13% de comisión por cada pago que los usuarios realicen mediante la aplicación, adicional el 2% se lo lleva Pay Pal por sus servicios, es decir en total se cobrará el 15% sobre la tarifa de cada establecimiento. El contrato por parte de Ruta Spondylus App S.A y los establecimientos o actividades que acepten pertenecer a la aplicación es de máximo 20 pagos por cada uno. En total son 25 establecimientos o actividades que pertenecerían a la aplicación.

¿Cómo identificar que el usuario ha usado la aplicación?

El ingeniero en Sistemas estará encargado de estar actualizando la aplicación y verificar pagos que se han hecho mediante ésta de acuerdo a lo facturado mediante Pay Pal (Pago con todas las tarjetas de crédito).

### **5.3.3 Plaza**

El sector en el que estarán ubicadas las instalaciones de Ruta Spondylus App S.A. es un lugar céntrico y estratégico con facilidad de acceso para cualquier viajero o habitante de Santa Elena. Estará ubicado en las calles 9 de Octubre y Comercio, sector céntrico del cantón, detrás de la catedral Emperatriz de Santa Elena.

### **5.3.4 Promoción**

Para promover el uso de la aplicación, se utilizarán medios que aunque son comunes, fácil acceso y económicos por su costo nulo o mínimo. Son fundamentales en la actualidad el uso de cada uno de ellos. La promoción para el uso del producto a ofrecer es un factor indispensable para cualquier proyecto. Los medios serán los siguientes:

Internet:

el internet, por medio de correos masivos por bases de datos obtenidas de usuarios y/o clientes de los diferentes hoteles, hostales, restaurantes, centros turísticos, etc.

Redes sociales:

En la actualidad, las redes sociales ya forman parte indispensable de la cultura turística, será uno de los medios fundamentales para promover el uso de la App Ruta del Spondylus.

Canjes Publicitarios:

Este servicio de canje publicitarios, está dirigido a las empresas y entes participantes en la aplicación, debido a los convenios y acuerdos de promoción turística para promover ya sea el uso de la aplicación en si, como para el uso o visita de un lugar turístico específico, parte de nuestra guía de información en la aplicación Ruta de Spondylus.

El objetivo principal parte de, establecer una acción de canje de publicidad o promoción destinada a diferentes producciones, emprendimientos y/o eventos. Así se procurará realizar todo tipo de canje necesario y propio para cada ocasión a cambio de

publicidad, ya sea con volantes, stickers de la aplicación, descuentos, promociones, banners, revistas, o anuncios por radio.

Oficina de información:

Se creará una oficina de información ubicada estratégicamente en la calles 9 de Octubre y Comercio, sector céntrico del cantón de la provincia de Santa Elena

Por lo tanto es de fácil ubicación para el usuario o visitante.

La misma, proporcionará principalmente el uso de la aplicación Ruta del Spondylus, receptando sugerencias y experiencias para mejorar el servicio ofertado. Así como también cumpliría las funciones de la aplicación, brindando información completa de los hoteles, hostales, restaurantes, centros de recreación, etc.

Y por último, el mejor medio de promoción es la publicidad boca a boca, por eso, este producto será único y de calidad para que en un futuro sea indispensable para todo viajero y sea líder en el mercado de la tecnología turística.

## 5.4 Presupuesto de Marketing

El presupuesto para el área de Marketing será cada 6 meses.

Tabla 10

Presupuesto de Marketing

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>PRECIO</b>
VOLANTES	10.000	\$ 100.00
TELEVISIÓN	1	\$ 200.00
RADIO	1	\$ 150.00
BANNER	2	\$ 50.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$ 500.00</b>

Elaborado por: Los autores

## CAPÍTULO 6: ESTUDIO FINANCIERO

### 6.1 Inversión Inicial

Tabla 11: Inversión Inicial

DESCRIPCION			
EFECTIVO	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
SUELDOS	1	\$ 3,010.72	\$ 3,010.72
IMPREVISTOS	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
<b>TOTAL DE EFECTIVO</b>			<b>\$ 4,010.72</b>
<b>TERRENO</b>			
	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
TERRENO	1	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
<b>TOTAL DE TERRENO</b>			<b>\$ 25,000.00</b>
<b>EDIFICACIÓN</b>			
	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
INSTALACIONES ELÉCTRICAS	1	\$ 500.00	\$ 500.00
ADECUACIONES	1	\$ 4,800.00	\$ 4,800.00
<b>TOTAL DE EDIFICACIÓN</b>			<b>\$ 5,300.00</b>
<b>EQUIPOS DE OFICINA</b>			
	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
AIRE ACONDICIONADO	1	\$ 700.00	\$ 700.00
TV LG 45 PULGADAS	1	\$ 700.00	\$ 700.00
PROYECTOR	1	\$ 400.00	\$ 400.00
TELÉFONO	1	\$ 45.00	\$ 45.00
<b>TOTAL EQUIPOS DE OFICINA</b>			<b>\$ 1,845.00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>			
	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
ESCRITORIO	2	\$ 150.00	\$ 300.00
SILLAS DE ESCRITORIO	2	\$ 35.00	\$ 70.00
ARCHIVADOR	2	\$ 40.00	\$ 80.00
BAÑO	1	\$ 300.00	\$ 300.00
TACHO DE BASURA	2	\$ 10.00	\$ 20.00
REPISA	4	\$ 10.00	\$ 40.00
<b>TOTAL MUEBLES Y ENSERES</b>			<b>\$ 810.00</b>
<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
CUADERNO / GRAPADORA / CLIPS	3	\$ 4.00	\$ 12.00
PLUMAS	10	\$ 0.25	\$ 2.50
RESMA DE HOJAS	1	\$ 4.00	\$ 4.00
FACTUREROS	3	\$ 15.00	\$ 45.00
<b>TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA</b>			<b>\$ 63.50</b>
<b>EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			
	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
COMPUTADORA	2	\$ 550.00	\$ 1,100.00
IMPRESORA	1	\$ 200.00	\$ 200.00
<b>TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN</b>			<b>\$ 1,300.00</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			
	CANT.	VALOR UNIT.	VALOR TOTAL
CONSULTORIA TÉCNICA	1	\$ 250.00	\$ 250.00
TASAS Y PERMISOS	1	\$ 350.00	\$ 350.00
<b>TOTAL GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>			<b>\$ 600.00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>			<b>\$ 38,929.22</b>

Elaborado por: Los Autores

## 6.2 Balance Inicial

Tabla 12: Balance Inicial

<b>ACTIVOS</b>			
<b>Activo Corriente</b>		\$ 4,010.72	
Caja	\$ 4,010.72		
<b>Activo Fijo</b>		\$ 34,318.50	
Terreno	\$ 25,000.00		
Edificación	\$ 5,300.00		
Equipos de oficina	\$ 1,845.00		
Muebles y Enseres	\$ 810.00		
Suministros de Oficina	\$ 63.50		
Equipos de Computación	\$ 1,300.00		
<b>Activo Diferido</b>		\$ 600.00	
Gastos de Constitución	\$ 600.00		
<b>TOTAL ACTIVOS</b>			<b>\$ 38,929.22</b>
<b>PASIVOS</b>			
<b>Pasivo Corriente</b>		\$ 13,929.22	
Documentos por pagar	\$ 13,929.22		
<b>TOTAL PASIVOS</b>			<b>\$ 13,929.22</b>
<b>PATRIMONIO</b>		\$ 25,000.00	
Capital Propio	\$ 25,000.00		
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>			<b>\$ 25,000.00</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>			<b>\$ 38,929.22</b>

Elaborado por: Los autores

## 6.3 Depreciación de Activos

Tabla 13: Depreciación de Activos

### TANGIBLES

ACTIVO	VALOR EN LIBROS	AÑO DE VIDA ÚTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Terreno	\$ 25,000.00	0	\$ -	\$ -
Edificación	\$ 5,300.00	20	\$ 265.00	\$ 22.08
Equipos de oficina	\$ 1,845.00	10	\$ 184.50	\$ 15.38
Muebles y Enseres	\$ 810.00	10	\$ 81.00	\$ 6.75
Equipos de Computación	\$ 1,300.00	3	\$ 433.33	\$ 36.11
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>			<b>963.83</b>	<b>80.32</b>

### INTANGIBLES

Gastos de Constitución	\$ 600.00	5	\$ 120.00	\$ 10.00
------------------------	-----------	---	-----------	----------

Elaborado por: Los autores

## 6.4 Tabla de Amortización

Tabla 14: Tabla de Amortización de Préstamo

<b>Monto crédito</b>	\$	13,929.22
<b>Número de periodos</b>		3 años
<b>Tasa de interes anual</b>		9.5%
<b>Tasa de interés mensual</b>		0.79%
<i>Cuota anual</i>		\$5,551.91
<i>Cuota mensual</i>		\$446.19

Elaborado por: Los autores

Tabla 15: Tabla de Amortización Anual

PERIODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	PAGO INTERES	CUOTA	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 13,929.22	\$4,228.63	\$ 1,323.28	\$5,551.91	\$ 9,700.59
2	\$ 9,700.59	\$4,630.35	\$ 921.56	\$5,551.91	\$ 5,070.23
3	\$ 5,070.23	\$5,070.23	\$ 481.67	\$5,551.91	\$ -

Elaborado por: Los autores

Tabla 16: Tabla de Amortización Mensual

PERIODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	PAGO INTERES	CUOTA	SALDO PRINCIPAL	
1	\$ 13,929.22	\$335.92	\$ 110.27	\$446.19	\$ 13,593.30	
2	\$ 13,593.30	\$338.58	\$ 107.61	\$446.19	\$ 13,254.72	
3	\$ 13,254.72	\$341.26	\$ 104.93	\$446.19	\$ 12,913.45	
4	\$ 12,913.45	\$343.96	\$ 102.23	\$446.19	\$ 12,569.49	
5	\$ 12,569.49	\$346.69	\$ 99.51	\$446.19	\$ 12,222.81	
6	\$ 12,222.81	\$349.43	\$ 96.76	\$446.19	\$ 11,873.38	
7	\$ 11,873.38	\$352.20	\$ 94.00	\$446.19	\$ 11,521.18	
8	\$ 11,521.18	\$354.98	\$ 91.21	\$446.19	\$ 11,166.20	
9	\$ 11,166.20	\$357.79	\$ 88.40	\$446.19	\$ 10,808.40	
10	\$ 10,808.40	\$360.63	\$ 85.57	\$446.19	\$ 10,447.77	
11	\$ 10,447.77	\$363.48	\$ 82.71	\$446.19	\$ 10,084.29	
12	\$ 10,084.29	\$366.36	\$ 79.83	\$446.19	\$ 9,717.93	\$ 1,143.04
13	\$ 9,717.93	\$ 369.26	\$ 76.93	\$446.19	\$ 9,348.67	
14	\$ 9,348.67	\$ 372.18	\$ 74.01	\$446.19	\$ 8,976.49	
15	\$ 8,976.49	\$ 375.13	\$ 71.06	\$446.19	\$ 8,601.36	
16	\$ 8,601.36	\$ 378.10	\$ 68.09	\$446.19	\$ 8,223.26	
17	\$ 8,223.26	\$ 381.09	\$ 65.10	\$446.19	\$ 7,842.16	
18	\$ 7,842.16	\$ 384.11	\$ 62.08	\$446.19	\$ 7,458.05	
19	\$ 7,458.05	\$ 387.15	\$ 59.04	\$446.19	\$ 7,070.90	
20	\$ 7,070.90	\$ 390.22	\$ 55.98	\$446.19	\$ 6,680.69	
21	\$ 6,680.69	\$ 393.31	\$ 52.89	\$446.19	\$ 6,287.38	
22	\$ 6,287.38	\$ 396.42	\$ 49.78	\$446.19	\$ 5,890.96	
23	\$ 5,890.96	\$ 399.56	\$ 46.64	\$446.19	\$ 5,491.41	
24	\$ 5,491.41	\$ 402.72	\$ 43.47	\$446.19	\$ 5,088.69	\$ 725.08
25	\$ 5,088.69	\$ 405.91	\$ 40.29	\$446.19	\$ 4,682.78	
26	\$ 4,682.78	\$ 409.12	\$ 37.07	\$446.19	\$ 4,273.66	
27	\$ 4,273.66	\$ 412.36	\$ 33.83	\$446.19	\$ 3,861.30	
28	\$ 3,861.30	\$ 415.63	\$ 30.57	\$446.19	\$ 3,445.67	
29	\$ 3,445.67	\$ 418.92	\$ 27.28	\$446.19	\$ 3,026.75	
30	\$ 3,026.75	\$ 422.23	\$ 23.96	\$446.19	\$ 2,604.52	
31	\$ 2,604.52	\$ 425.57	\$ 20.62	\$446.19	\$ 2,178.95	
32	\$ 2,178.95	\$ 428.94	\$ 17.25	\$446.19	\$ 1,750.00	
33	\$ 1,750.00	\$ 432.34	\$ 13.85	\$446.19	\$ 1,317.66	
34	\$ 1,317.66	\$ 435.76	\$ 10.43	\$446.19	\$ 881.90	
35	\$ 881.90	\$ 439.21	\$ 6.98	\$446.19	\$ 442.69	
36	\$ 442.69	\$ 442.69	\$ 3.50	\$446.19	\$ 0.00	\$ 265.64

Elaborado por: Los autores

## 6.5 Rol de Pagos

Tabla 17: Rol de Pagos

AÑO 1

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12.15%	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Ing. En Marketing	1	\$ 700.00	\$ 8,400.00	\$ 700.00	\$ 340.00	\$ 350.00	\$ -	\$ 1,020.60	\$ 10,810.60	\$ 900.88
Administrador		\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 1,000.00	\$ 341.00	\$ 500.00	\$ 1.00	\$ 1,458.00	\$ 15,300.00	\$ 1,275.00
Ing. En Sistemas	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 500.00	\$ 340.00	\$ 250.00	\$ -	\$ 729.00	\$ 7,819.00	\$ 651.58
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>\$ 2,200.00</b>	<b>\$ 26,400.00</b>	<b>\$ 2,200.00</b>	<b>\$ 1,021.00</b>	<b>\$ 1,100.00</b>	<b>\$ 1.00</b>	<b>\$ 3,207.60</b>	<b>\$ 33,929.60</b>	<b>\$ 2,827.47</b>

AÑO 2

CARGO	CANT.	SUELDO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL 12.15%	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO TOTAL MENSUAL
Ing. En Marketing	1	\$ 700.00	\$ 8,400.00	\$ 700.00	\$ 340.00	\$ 350.00	\$ 700.00	\$ 1,020.60	\$ 11,510.60	\$ 959.22
Administrador	1	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 1,000.00	\$ 341.00	\$ 500.00	\$ 1,000.00	\$ 1,458.00	\$ 16,299.00	\$ 1,358.25
Ing. En Sistemas	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 500.00	\$ 340.00	\$ 250.00	\$ 500.00	\$ 729.00	\$ 8,319.00	\$ 693.25
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>	<b>\$ 2,200.00</b>	<b>\$ 26,400.00</b>	<b>\$ 2,200.00</b>	<b>\$ 1,021.00</b>	<b>\$ 1,100.00</b>	<b>\$ 2,200.00</b>	<b>\$ 3,207.60</b>	<b>\$ 36,128.60</b>	<b>\$ 3,010.72</b>

**INFLACIÓN** 3.70%

CARGO	CANT.	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ing. En Marketing	1	\$ 10,810.60	\$ 11,510.60	\$ 11,936.49	\$ 12,378.14	\$ 12,836.13
Administrador		\$ 15,300.00	\$ 16,299.00	\$ 16,902.06	\$ 17,527.44	\$ 18,175.95
Ing. En Sistemas	1	\$ 7,819.00	\$ 8,319.00	\$ 8,626.80	\$ 8,945.99	\$ 9,277.00
<b>TOTAL</b>	<b>2</b>	<b>\$ 33,929.60</b>	<b>\$ 36,128.60</b>	<b>\$ 37,465.36</b>	<b>\$ 38,851.58</b>	<b>\$ 40,289.08</b>

Elaborado por: Los autores

## 6.6 Ingresos por Ventas

Tabla 18: Ingreso por ventas

	PRECIO UNITARIO (\$)	VTA. DIARIA	VTA. SEMANAL	VTA. MENSUAL	VTA. ANUAL
Descarga de la App	\$ 1.00	20	140	600	7200.00
Pagos On line	\$ 30.00	40	280	4680	-
				<b>5280</b>	<b>7200</b>

AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
\$ 7,200.00	\$ 7,466.40	\$ 7,742.66	\$ 8,029.14	\$ 8,326.21
\$ 56,160.00	\$ 58,237.92	\$ 60,392.72	\$ 62,627.25	\$ 64,944.46
<b>\$ 63,360.00</b>	<b>\$ 65,704.32</b>	<b>\$ 68,135.38</b>	<b>\$ 70,656.39</b>	<b>\$ 73,270.68</b>

Elaborado por: Los autores

## 6.7 Detalle de Gastos

Tabla 19: Presupuesto de Gastos

DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6
<b>Gastos de Administración</b>		\$ 3,177.79	\$ 3,127.79	\$ 3,027.79	\$ 3,027.79	\$ 3,027.79	\$ 3,027.79	\$ 3,127.79
Ing. En Marketing	1	\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 900.88
Administrador	1	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00
Ing. En Sistemas	1	\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 651.58
Servicios Básicos	1	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00
Uniformes	2	\$ 50.00	\$ 100.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Mantenimiento	1	\$ 100.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100.00
Materiales de limpieza	1	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00
Suministros de Oficina	1	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00
Depreciación Terreno	1	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Edificación	1	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08
Depreciación Equipos de Oficina	1	\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 15.38
Depreciación Muebles y Enseres	1	\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 6.75
Depreciación Equipos de Computación	1	\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 36.11
<b>DEPRECIACIÓN DEL GASTO DE CONSTITUCION</b>	1	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00
<b>Gastos de Ventas</b>		\$ 250.00	\$ 250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 250.00	\$ -
Publicidad	1	\$ 250.00	\$ 250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 250.00	\$ -
<b>Gastos Financieros</b>		\$ -	\$ 110.27	\$ 107.61	\$ 104.93	\$ 102.23	\$ 99.51	\$ 96.76
Intereses	1	\$ -	\$ 110.27	\$ 107.61	\$ 104.93	\$ 102.23	\$ 99.51	\$ 96.76
<b>TOTAL</b>			\$ 3,488.06	\$ 3,135.40	\$ 3,132.72	\$ 3,130.02	\$ 3,377.29	\$ 3,224.55

MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
\$ 3,027.79	\$ 3,027.79	\$ 3,027.79	\$ 3,027.79	\$ 3,027.79	\$ 3,027.79	\$ 22,508.43
\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 900.88	\$ 10,810.60
\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00	\$ 1,275.00
\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 651.58	\$ 7,819.00
\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 720.00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100.00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 100.00
\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 360.00
\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 240.00
\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 22.08	\$ 265.00
\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 15.38	\$ 184.50
\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 6.75	\$ 81.00
\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 36.11	\$ 433.33
\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 120.00
\$ -	\$ -	\$ 250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 750.00
\$ -	\$ -	\$ 250.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 750.00
\$ 94.00	\$ 91.21	\$ 88.40	\$ 85.57	\$ 82.71	\$ 79.83	\$ 1,143.04
\$ 94.00	\$ 91.21	\$ 88.40	\$ 85.57	\$ 82.71	\$ 79.83	\$ 1,143.04
\$ 3,121.78	\$ 3,119.00	\$ 3,366.19	\$ 3,113.35	\$ 3,110.50	\$ 3,107.62	\$ 24,401.47

Elaborado por: Los autores

## 6.7.1 Proyección de Gastos a 5 años

Tabla 20: Proyección de gastos a 5 años

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Gastos de Administración</b>	\$ 36,533.43	\$ 38,723.67	\$ 40,120.49	\$ 41,135.74	\$ 42,638.00
Ing. En Marketing	\$ 10,810.60	\$ 11,510.60	\$ 11,936.49	\$ 12,378.14	\$ 12,836.13
Administrador	\$ 15,300.00	\$ 16,299.00	\$ 16,902.06	\$ 17,527.44	\$ 18,175.95
Ing. En Sistemas	\$ 7,819.00	\$ 8,319.00	\$ 8,626.80	\$ 8,945.99	\$ 9,277.00
Servicios Básicos	\$ 720.00	\$ 746.64	\$ 774.27	\$ 802.91	\$ 832.62
Uniformes	\$ 100.00	\$ 103.70	\$ 107.54	\$ 111.52	\$ 115.64
Mantenimiento	\$ 100.00	\$ 103.70	\$ 107.54	\$ 111.52	\$ 115.64
Materiales de limpieza	\$ 360.00	\$ 373.32	\$ 387.13	\$ 401.46	\$ 416.31
Suministros de Oficina	\$ 240.00	\$ 248.88	\$ 259.83	\$ 271.26	\$ 283.20
Depreciación Terreno	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciación Edificación	\$ 265.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00	\$ 200.00
Depreciación Equipos de Oficina	\$ 184.50	\$ 184.50	\$ 184.50	\$ 184.50	\$ 184.50
Depreciación Muebles y Enseres	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 81.00	\$ 81.00
Depreciación Equipos de Computación	\$ 433.33	\$ 433.33	\$ 433.33	\$ -	\$ -
DEPRECIACIÓN DEL GASTO DE CONSTITUCION	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00
<b>Gastos de Ventas</b>	\$ 750.00	\$ 783.00	\$ 817.45	\$ 853.42	\$ 890.97
Gastos de Publicidad	\$ 750.00	\$ 783.00	\$ 817.45	\$ 853.42	\$ 890.97
<b>Gastos Financieros</b>	\$ 1,323.28	\$ 921.56	\$ 481.67	\$ -	\$ -
Gastos de Interés	\$ 1,323.28	\$ 921.56	\$ 481.67	\$ -	\$ -
<b>TOTAL</b>	\$ 38,606.71	\$ 40,428.23	\$ 41,419.62	\$ 41,989.16	\$ 43,528.97

Elaborado por: Los autores

## 6.7.2 Costos Operacionales

Tabla 21: Costos Operacionales

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Materia Prima</b>	\$ 360.00	\$ 377.64	\$ 396.14	\$ 415.56	\$ 435.92
Internet Fijo / Wifi	\$ 360.00	\$ 377.64	\$ 396.14	\$ 415.56	\$ 435.92
Android SKD	\$ 22.00	\$ 23.08	\$ 24.21	\$ 25.40	\$ 26.64
Google Play Server	\$ 25.00	\$ 26.23	\$ 27.51	\$ 28.86	\$ 30.27
Lenguaje Programación JAVA	\$ 80.04	\$ 83.96	\$ 88.08	\$ 92.39	\$ 96.92
IOS Developer Program	\$ 90.00	\$ 94.41	\$ 99.04	\$ 103.89	\$ 108.98
<b>Mano de obra Directa</b>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
0					
0					
<b>TOTAL</b>	\$ 360.00	\$ 377.64	\$ 396.14	\$ 415.56	\$ 435.92

Elaborado por: Los autores

## 6.8 Estado de Resultados Proyectados

Tabla 22: Estado de pérdidas y ganancias (Proyección a 5 años)

RUBRO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Ingresos</b>						
Ventas Totales		\$ 63,360.00	\$ 65,704.32	\$ 68,135.38	\$ 70,656.39	\$ 73,270.68
<b>TOTAL DE INGRESOS</b>		<b>\$ 63,360.00</b>	<b>\$ 65,704.32</b>	<b>\$ 68,135.38</b>	<b>\$ 70,656.39</b>	<b>\$ 73,270.68</b>
(-) Costos de Operación		\$ 360.00	\$ 377.64	\$ 396.14	\$ 415.56	\$ 435.92
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>		<b>\$ 63,000.00</b>	<b>\$ 65,326.68</b>	<b>\$ 67,739.24</b>	<b>\$ 70,240.83</b>	<b>\$ 72,834.76</b>
(-) Gastos en Administración		\$ 36,533.43	\$ 38,723.67	\$ 40,120.49	\$ 41,135.74	\$ 42,638.00
(-) Gastos de Ventas		\$ 750.00	\$ 783.00	\$ 817.45	\$ 853.42	\$ 890.97
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>		<b>\$ 25,716.57</b>	<b>\$ 25,820.01</b>	<b>\$ 26,801.29</b>	<b>\$ 28,251.67</b>	<b>\$ 29,305.79</b>
(-) Gastos Financieros		\$ 1,323.28	\$ 921.56	\$ 481.67	\$ -	\$ -
<b>(=) Utilidad antes de participación a trabajadores</b>		<b>\$ 24,393.29</b>	<b>\$ 24,898.45</b>	<b>\$ 26,319.62</b>	<b>\$ 28,251.67</b>	<b>\$ 29,305.79</b>
(-) 15% Participación a trabajadores	15%	\$ 3,658.99	\$ 3,734.77	\$ 3,947.94	\$ 4,237.75	\$ 4,395.87
<b>(=) Utilidad antes de impuesto a la renta</b>		<b>\$ 20,734.30</b>	<b>\$ 21,163.68</b>	<b>\$ 22,371.67</b>	<b>\$ 24,013.92</b>	<b>\$ 24,909.92</b>
(-) 23% Impuesto a la renta	22%	\$ 4,561.55	\$ 4,656.01	\$ 4,921.77	\$ 5,283.06	\$ 5,480.18
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>		<b>\$ 16,172.75</b>	<b>\$ 16,507.67</b>	<b>\$ 17,449.91</b>	<b>\$ 18,730.86</b>	<b>\$ 19,429.74</b>

Elaborado por: Los autores

## 6.9 Flujo de Caja

Tabla 23: Flujo de Caja (Proyección a 5 años)

RUBROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>						
Flujo Inicial		\$ 4,010.72	\$ 25,259.21	\$ 38,325.60	\$ 52,203.04	\$ 72,170.50
Ingresos por ventas		\$ 63,360.00	\$ 65,704.32	\$ 68,135.38	\$ 70,656.39	\$ 73,270.68
(-) Egresos de efectivo		\$ 36,559.60	\$ 47,086.02	\$ 48,706.04	\$ 50,688.93	\$ 52,900.20
Gastos de operación		\$ 360.00	\$ 377.64	\$ 396.14	\$ 415.56	\$ 435.92
Gastos de administración		\$ 36,533.43	\$ 38,723.67	\$ 40,120.49	\$ 41,135.74	\$ 42,638.00
Gastos de ventas		\$ 750.00	\$ 783.00	\$ 817.45	\$ 853.42	\$ 890.97
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 4,561.55	\$ 4,656.01	\$ 4,921.77	\$ 5,283.06
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 3,658.99	\$ 3,734.77	\$ 3,947.94	\$ 4,237.75
Amortización (+)		\$ (120.00)	\$ (120.00)	\$ (120.00)	\$ (120.00)	\$ (120.00)
Depreciación (+)		\$ (963.83)	\$ (898.83)	\$ (898.83)	\$ (465.50)	\$ (465.50)
<b>(=) FLUJO NETO OPERACIONAL</b>		<b>\$ 30,811.12</b>	<b>\$ 43,877.51</b>	<b>\$ 57,754.95</b>	<b>\$ 72,170.50</b>	<b>\$ 92,540.98</b>
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>						
<b>Ingresos de efectivo</b>						
Ventas de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Compras de activos fijos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN</b>		<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>FLUJO DE FINANCIAMIENTO</b>						
<b>Ingresos de efectivo</b>						
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>(-) Egresos de efectivo</b>						
Pagos de préstamos o principal		\$ 4,228.63	\$ 4,630.35	\$ 5,070.23	\$ -	\$ -
Pago de intereses		\$ 1,323.28	\$ 921.56	\$ 481.67	\$ -	\$ -
<b>(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO</b>	\$ (38,929.22)	<b>\$ (5,551.91)</b>	<b>\$ (5,551.91)</b>	<b>\$ (5,551.91)</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>

Elaborado por: Los autores

## 6.10 Balance General

Tabla 24: Balance General

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<b>Activos Corrientes</b>					
Caja	\$ 25,259.21	\$ 38,325.60	\$ 52,203.04	\$ 72,170.50	\$ 92,540.98
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 25,259.21</b>	<b>\$ 38,325.60</b>	<b>\$ 52,203.04</b>	<b>\$ 72,170.50</b>	<b>\$ 92,540.98</b>
<b>Activos Fijos</b>					
Terreno	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Edificación	\$ 5,300.00	\$ 5,300.00	\$ 5,300.00	\$ 5,300.00	\$ 5,300.00
Equipos de oficina	\$ 1,845.00	\$ 1,845.00	\$ 1,845.00	\$ 1,845.00	\$ 1,845.00
Muebles y Enseres	\$ 810.00	\$ 810.00	\$ 810.00	\$ 810.00	\$ 810.00
Suministros de Oficina	\$ 63.50	\$ 63.50	\$ 63.50	\$ 63.50	\$ 63.50
Equipos de Computación	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00	\$ 1,300.00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (963.83)	\$ (1,862.67)	\$ (2,761.50)	\$ (3,227.00)	\$ (3,692.50)
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 33,354.67</b>	<b>\$ 32,455.83</b>	<b>\$ 31,557.00</b>	<b>\$ 31,091.50</b>	<b>\$ 30,626.00</b>
<b>Activos Diferidos</b>					
Gastos de Constitución	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00	\$ 600.00
(-) Amortización Acumulada	\$ (120.00)	\$ (240.00)	\$ (360.00)	\$ (480.00)	\$ (600.00)
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 480.00</b>	<b>\$ 360.00</b>	<b>\$ 240.00</b>	<b>\$ 120.00</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 59,093.88</b>	<b>\$ 71,141.44</b>	<b>\$ 84,000.04</b>	<b>\$ 103,382.00</b>	<b>\$ 123,166.98</b>
<b>PASIVOS</b>					
<b>Pasivos Corrientes</b>					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 3,658.99	\$ 3,734.77	\$ 3,947.94	\$ 4,237.75	\$ 4,395.87
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 4,561.55	\$ 4,656.01	\$ 4,921.77	\$ 5,283.06	\$ 5,480.18
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>\$ 8,220.54</b>	<b>\$ 8,390.78</b>	<b>\$ 8,869.71</b>	<b>\$ 9,520.81</b>	<b>\$ 9,876.05</b>
<b>Pasivo de Largo Plazo</b>					
Préstamo Bancario	\$ 9,700.59	\$ 5,070.23	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Pasivos de Largo Plazo</b>	<b>\$ 9,700.59</b>	<b>\$ 5,070.23</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 17,921.12</b>	<b>\$ 13,461.01</b>	<b>\$ 8,869.71</b>	<b>\$ 9,520.81</b>	<b>\$ 9,876.05</b>
<b>PATRIMONIO</b>					
Capital Propio	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00	\$ 25,000.00
Utilidad del Ejercicio	\$ 16,172.75	\$ 16,507.67	\$ 17,449.91	\$ 18,730.86	\$ 19,429.74
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 16,172.75	\$ 32,680.43	\$ 50,130.33	\$ 68,861.19
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 41,172.75</b>	<b>\$ 57,680.43</b>	<b>\$ 75,130.33</b>	<b>\$ 93,861.19</b>	<b>\$ 113,290.93</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$ 59,093.88</b>	<b>\$ 71,141.44</b>	<b>\$ 84,000.04</b>	<b>\$ 103,382.00</b>	<b>\$ 123,166.98</b>

Elaborado por: Los autores

## 6.11 Evaluación Financiera

Tabla 25: Evaluación del Proyecto

Tasa de Descuento	12%
Inversión inicial	\$ (38,929.22)
Flujo 1	\$ 25,259.21
Flujo 2	\$ 38,325.60
Flujo 3	\$ 52,203.04
Flujo 4	\$ 72,170.50
Flujo 5	\$ 92,540.98
VPN	\$ 133,669.26
TIR	93.76%
B/C	\$ 4.33
PRI	1.36

Elaborado por: Los autores

- La inversión será recuperada aproximadamente en 1 año 4 meses.

## 6.12 Ratios Financieros

Tabla 26: Razones Financieras

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta / Ventas = %	40.59%	39.30%	39.34%	39.98%	40.00%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	25.53%	25.12%	25.61%	26.51%	26.52%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0.27	\$ 0.23	\$ 0.21	\$ 0.18	\$ 0.16
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 0.65	\$ 0.66	\$ 0.70	\$ 0.75	\$ 0.78

Elaborado por: Los autores

## 6.13 Análisis de Sensibilidad

Tabla 27: Análisis de Sensibilidad

	<b>ESCENARIO PESIMISTA</b>	<b>ESCENARIO NORMAL</b>	<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (38,929.22)	\$ (38,929.22)	\$ (38,929.22)
Flujo 1	\$ 9,419.21	\$ 25,259.21	\$ 41,099.21
Flujo 2	\$ 11,397.60	\$ 38,325.60	\$ 65,253.60
Flujo 3	\$ 13,776.79	\$ 52,203.04	\$ 90,629.30
Flujo 4	\$ 21,820.56	\$ 72,170.50	\$ 122,520.45
Flujo 5	\$ 29,826.16	\$ 92,540.98	\$ 155,255.79
		\$ -	
VPN	\$ 17,111.12	\$ 133,669.26	\$ 250,227.40
TIR	26.68%	93.76%	145.12%
B/C	\$ 1.53	\$ 4.33	\$ 7.13
PRI	3.20	\$ 1.36	0.95

Elaborado por: Los autores

## CONCLUSIÓN

Mediante las investigaciones que se realizaron para el proyecto de desarrollo de una aplicación para celulares smartphones se obtuvo resultados exitosos en cuanto a la aceptación de este nuevo servicio en el mercado turístico.

La Ruta Spondylus tiene los atractivos suficientes para ser un sitio de interés reconocido a nivel mundial pero en el Ecuador hace falta primero que los ciudadanos crean y valoren el gran producto que tienen y de ahí aprender a usar las herramientas que se tiene a la mano para explotar el turismo mediante los medios de publicidad.

La idea de este proyecto logró ser incluida en un mercado amplio ya que por ser parte también de la creciente industria tecnológica captó personas con rangos de edad desde los 20 años en adelante.

Gracias a las técnicas de recolección de datos que se utilizaron para el desarrollo del proyecto se pudo tener un conocimiento más profundo de la situación actual de la industria turística en la Ruta Spondylus y en todos los resultados se coincidió que todos los pueblos y ciudades pertenecientes a la ruta desean trabajar en equipo para lograr un desarrollo turístico exitoso.

El estudio financiero mostró que este proyecto es un negocio rentable, viable y factible según el VAN \$133669.26, y el TIR 93.76%. La inversión inicial es de \$38929.22 y fue financiada por el 30% de aporte propio por parte de los socios en partesiguales y el 70% fue aportado por una institución financiera. El periodo de recuperación es aproximadamente en 1 año 4 meses por lo que se concluye que este podría ser un proyecto que podría implementarse a futuro en el sector turístico.

## RECOMENDACIONES

De acuerdo a los resultados obtenidos gracias a este proyecto es necesario recomendar a los futuros creadores de proyectos turísticos que se debe hacer un estudio de mercado minucioso ya que todos los clientes son diferentes en cuanto a gustos y preferencias, unos son más exigentes que otros y el dueño del proyecto o negocio turístico debe de estar siempre dispuesto a satisfacer estas exigencias de la mejor manera y lo más pronto posible.

Otra recomendación acerca de las herramientas de publicidad es que la publicidad boca a boca es la más exitosa, esto se logra satisfaciendo las necesidades y exigencias de cada cliente cumpliendo con los estándares y normas establecidas para ofrecer un servicio de excelencia y con esto es posible lograr el crecimiento de un proyecto turístico.

La tecnología también es una herramienta muy útil, fácil de usar y permite la relación de clientes – proveedores sin importar la distancia, se puede realizar negocios y es una de las principales técnicas de promoción de cualquier tipo de producto o servicio a bajo costo por lo que ahora es muy utilizada y necesaria para todos.

Realizar proyectos nuevos en el mercado tiene un alto beneficio y más si de tecnología se trata para ayudar al crecimiento y desarrollo de la industria turística. Las aplicaciones de celulares recién están ingresando al mercado ecuatoriano pero realmente puede llegar a ser una herramienta muy útil.

## BIBLIOGRAFÍA

- Arboleda, E, C, y Solís, G, L,. (2004). Estrategias Electrónicas de Marketing para el desarrollo turístico de la Ruta del Sol. (Proyecto de Grado). Escuela Superior Politécnica del Litoral, Guayaquil – Ecuador.
- Carrasco Díaz, S. (2006). Metodología de la investigación científica. Editorial San Marcos, Lima.
- Castro, M. (2003). El proyecto de investigación y su esquema de elaboración. (2°. Ed.). Caracas: Uypal.
- Cegarra Sánchez, J. (2012). Los Métodos de Investigación (Dial de Santos ed.). Madrid
- INEC (2011-2013). Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo.
- INEC (2012). Protección Ambiental, Gestión y Participación / Acción Ciudadana.
- Gómez, M, N. (2010). *“Promoción Turística a través de los medios audiovisuales, caso Medellín, Colombia”*. (Tesis inédita de maestría). Universidad Internacional de Andalucía, Huelva – España.
- Gómez Tinoco, A. (2009), “El mobile marketing como estrategia de comunicación”, *Revista Icono* 14, 15, pp. 238-260
- González, J. (2013). “Marketing móvil: Más aplicaciones y menos anuncios Recuperado de: (parte 2 de 2)”, [web en línea]. Disponible en: <http://thinkandsell.com/blog/marketing-movil-mas-aplicaciones-y-menos-anuncios-parte-2-de-2/> [Con acceso 22 de Febrero 2013].
- Harreguy, M., y Prada, J., (Eds.). (2009), *“Evaluación de dispositivos PDA / Smartphones”*. Universidad de Palermo, Argentina.
- Heinemann, K. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación empírica en las ciencias del deporte*. Barcelona: Paidotribo.

- Hernández S., R.; Fernández C., C.; Baptista L., Pilar. (1998). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw Hill, segunda edición.
- Hernández S., R.; Fernández C., C.; Baptista L., Pilar. (2003). *Metodología de la investigación*. México, D.F.: McGraw Hill, tercera edición.
- Kennedy, H. y Gretzel, U., (2012). A taxonomy of mobile applications in tourism. Recuperado; 10 de Enero del 2014. Disponible en: <http://ro.uow.edu.au/cgi/viewcontent.cgi?article=3559&context=commpapers>
- Kerlinger, F. N., y Pedhazur, E. J., (1973). *Multiple regression in behavioral research*. New York, N.Y.: Holt, Rinehart and Winston, Inc.
- Kirk RG. 1972. *Statistical issues: a reader for the behavioral sciences*. Wadsworth Publishing Co.
- Mankiw, N. G. (2009). *Principios de Economía*. Madrid: Parainfo S.A
- Morles, V (1994). *Planteamiento y análisis de investigaciones* (8°. Ed.) Caracas: El Dorado
- Organización Mundial de Turismo (OMT)
- Plandetur 2020, (2007). Ecuador
- Pueyo, D. (2006), "M-marketing" : de pymes a pymes. [Publicado en línea]. Disponible en: <http://www.baquia.com/notices.php?idnoticia=0003.20031024> [Con acceso 12 de Octubre 2007].
- Ramonet, I. (1998). *Internet, el mundo que llega*. Madrid: Alianza Editorial
- Rojas Soriano, R. (1988). *Investigación Social: teoría y praxis*. México, D.F: Plaza y Valdés.

Secretaría de Economía, (2011).Guías Empresariales Recuperado el 27 de Junio del 2015

de:

<http://www.contactopyme.gob.mx/guiasempresariales/guias.asp?s=10&g=2&sg=>

9

Talaya, A., Miranda, J., Gonzáles, M., Pascual, C., Lara, E., y Vásquez, M. (2008).

*Principios de Marketing*. Madrid: Esic Editorial.

Valles, (1999). Citado por Centeno, H., Doffourt, G., Garcia, N., González, E., Gómez,

G., Granado, L., Loyo, S., Pérez, A., Pérez (2011). Puerto Ordaz.

Zhenar, S, F. & Omar Al – Rassam & Bawar, A, B. (2014), “*Improving Marketing*

*Strategy via Mobile Applications “Apps” in Iraq*”. (First International

Enginneering Conference, Koya University).