

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE
GUAYAQUIL**

GESTIÓN EMPRESARIAL INTERNACIONAL TRILINGUE

PROYECTO DE TESIS

**PROPUESTA PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
TARABITA EN BELLAVISTA – GUAYAQUIL**

SOLANGE MIRANDA T.

TUTOR. JUAN MIGUEL ESTEVES

2011 – 2012

AGRADECIMIENTO

En primer lugar a DIOS, quien me ha sabido llenar de su amor y paz, dándome siempre la fortaleza para salir adelante.

A mis padres, Ángela y Pedro, quienes me inculcaron valores, perseverancia y me hicieron ser quien soy ahora.

A mis abuelos, Teresa y Ángel, ellos siempre fueron un ejemplo a seguir, con especial cariño a mi abuela y madre quien se encuentra junto a DIOS ahora, ella siempre tuvo fe en mí y creyó que podía lograr lo que me propusiera.

A mi tutor, Juan Miguel Esteves por su paciencia y guía en el desarrollo de mi Tesis.

A todos los profesores de la carrera de Gestión Empresarial Internacional

A mi novio Luis Cruz, por brindarme su ayuda y empuje para salir adelante con este proyecto.

A mis compañeros y amigos

INDICE

1. IDENTIFICACIÓN DE LAS NECESIDADES.....	7
2. JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO.....	9
3. OBJETIVO GENERAL.....	10
4. OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
5. MARCO CONCEPTUAL Y REFERENCIAL.....	11
6. METODOLOGÍA.....	17
7. EL ESTUDIO.....	19
7.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	19
7.1.1. ANÁLISIS PEST.....	19
7.1.2. ANÁLISIS FODA.....	21
7.2. BREVE ESTUDIO DE MERCADO.....	23
7.2.1. OFERTA.....	23
7.2.2. DEMANDA.....	24
7.2.3. TAMAÑO DE MERCADO.....	27
7.3. ESTRATEGIA DE MERCADO.....	29
7.3.1. ESTRATEGIAS DE PRODUCTO Y MARCA.....	29
7.3.1.1. DEFINICIÓN DE LA NECESIDAD.....	29
7.3.1.2. DEFINICIÓN DEL SERVICIO.....	30
7.3.1.3. ESTABLECIMIENTO DEL GRUPO ESTRATÉGICO.....	31
7.3.1.4. REQUERIMIENTOS DEL SERVICIO PROPUESTO.....	32
7.3.1.5. DETALLE DEL PRODUCTO.....	33
7.3.2. ESTRATEGIAS DE PRECIO.....	35
7.3.3. ESTRATEGIAS DE POSICIONAMIENTO.....	35
7.3.4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN.....	36
7.3.5. ALIANZAS ESTRATÉGICAS.....	39
7.3.6. PLAN DE VENTAS.....	41
7.4. ASPECTO DE LA ORGANIZACIÓN Y LEGALES.....	47
7.4.1. TIPO DE ORGANIZACIÓN.....	47
7.4.2. ORGANIGRAMA.....	48
7.4.3. PERMISOS Y LIMITACIONES LEGALES.....	49
7.5. INGENIERÍA DEL PROYECTO.....	56
7.5.1. UBICACIÓN.....	56

7.5.2. SISTEMA DE OPERACIÓN.....	57
7.5.3. CABLE CARRIL.....	58
7.5.4. CABLE MOTRIZ.....	58
7.5.5. SISTEMA MOTRIZ.....	58
7.5.6. SISTEMA MECÁNICO.....	59
7.5.7. TELEFÉRICO (VEHÍCULO).....	60
7.6. PLAN DE INVERSIÓN.....	61
7.6.1. MONTAJE DE LA TARABITA.....	61
7.7. PLAN DE COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS.....	66
7.7.1. COSTOS OPERATIVOS.....	66
7.7.2. GASTOS OPERATIVOS.....	71
7.7.3. GASTOS ADMINISTRATIVOS.....	72
7.8. EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA.....	73
7.8.1. BALANCE DE SITUACIÓN INICIAL.....	73
7.8.2. PLAN DE FINANCIAMIENTO.....	74
7.8.3. ESTADO DE RESULTADOS.....	75
7.8.4. FLUJO DE CAJA PRIMEROS CINCO AÑOS.....	76
7.8.5. TIR	77
7.8.6. TIR INVERSIÓN.....	78
7.8.7. VAN.....	79
7.9. ANÁLISIS FINANCIERO.....	80
CONCLUSIONES.....	82
RECOMENDACIONES.....	85
SUMMARY.....	86
SOMMAIRE.....	88
RESUMEN.....	90
BIBLIOGRAFÍA.....	92
ANEXOS.....	94

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo trata sobre La Propuesta de Implementación de un nuevo y novedoso paseo personal, familiar y turístico denominado Tarabita, que se ubicaría en el sector de Bellavista en la ciudad de Guayaquil.

Guayaquil nace el 9 de octubre de 1820 como una de las ciudades más representativas del país, lo que se mantiene a través del tiempo convirtiendo a esta ciudad en cosmopolita, base de los negocios y del turismo del país, todo extranjero pasa por Guayaquil ya que cuenta con los mejores servicios hoteleros, un aeropuerto de primera, restaurantes de categoría internacional y la mejor infraestructura para recibir a los miles de visitantes que entran cada año al país.

El Gobierno y la alcaldía han invertido miles de dólares en la promoción del turismo en la ciudad lo que este último año generó un aumento considerable del volumen de turistas, así mismo han aumentado la construcción y mantenimiento de parques, miradores, centros comerciales, centros deportivos y demás atractivos turísticos. Sin embargo, la diversidad de actividades es baja y existe una gran cantidad de actividades no explotadas en la ciudad. En otras ciudades son un fuerte rubro de ingreso a base de los deportes extremos, teleféricos y tarabitas, que generan un grado de aventura y adrenalina en el usuario, son muy comunes en la sierra ecuatoriana por que cuentan con las montañas y la estructura natural para su montaje.

Guayaquil todos los años cuenta con la visita del parque temático “Play Land Park”, estos juegos son los únicos que brindan sensaciones de adrenalina al colocar a sus usuarios en constante peligro, ya que estos alcanzan una velocidad de 40 a 70 km/h.

Este parque temático solo está durante las fiestas julianas y octubrinas de la ciudad por lo que el resto del año se acude a los típicos parques de los que los ciudadanos se encuentran cansados y “aburridos” al realizar las mismas actividades cada fin de semana en familia.

Dentro de la ciudad no hay variedad de actividades, los zoológicos, parques temáticos y haciendas se encuentran fuera del perímetro urbano y son solo accesibles para las personas con movilización propia, y dentro de la ciudad se encuentran centralizados lo que no permite la explotación de zonas con privilegios naturales como los cerros con los que cuenta la ciudad.

Es en estas zonas elevadas de la ciudad donde este proyecto se va a enfocar, para la explotación de una actividad que solo se aplica en la sierra como la Tarabita, justamente se espera con este proyecto el incentivo de la creación de negocios con una práctica similar, que generen en el ciudadano común una satisfacción que en la actualidad no tienen. Es decir que este proyecto propone la implementación de una Tarabita como un atractivo turístico que aumente la circulación de habitantes de Guayaquil así como la ampliación del perímetro turístico que es de corto alcance en la ciudad e impulse el turismo local

Grafico #1: Tarabita de Baños



Fuente: Google imágenes (<http://www.lunaruntun.com/images>)

IDENTIFICACIÓN DE LA NECESIDAD

Guayaquil es una ciudad llena de oportunidades de negocio, porque siempre va a existir una necesidad nueva que cubrir, por la diversidad en los gustos y preferencias de sus habitantes. Para hallar estas oportunidades se realizó una encuesta a 500 personas en tres lugares turísticos de la ciudad, Malecón 2000, Mirador Bellavista, Escalinatas del Barrio las Penas, donde se evidencio una clara insatisfacción con respecto al tiempo compartido en familia y amigos, no están conformes con las actividades que se pueden realizar en la ciudad. (**Ver Anexo 1**)

Este proyecto nace en razón de la necesidad y la importancia de promover internamente la ciudad de Guayaquil y sus alrededores y de la comunicación en el turismo, el producto que ofrece este proyecto es una actividad diferente a las acostumbradas en la ciudad, una Tarabita que les ofrecería a los ciudadanos una forma diferente y divertida de compartir un momento agradable con familiares o amigos mientras observan la ciudad desde una perspectiva diferente.

La importancia de promover la ciudad surge del concepto de que lo sólido se forja desde las bases y si la base de todas las ciudades son los creadores de las mismas, entonces lo importante es trabajar sobre los ciudadanos y después sobre los extranjeros.

Guayaquil es la ciudad con el mayor porcentaje de habitantes del Ecuador, cuenta con 2'526,927 habitantes en el área urbana, es también la casa de migrantes ecuatorianos y extranjeros, tiene mezclas de razas en el país por lo que la hace pluricultural. Los Guayaquileños se encuentran complacidos con el avance urbanístico que tiene la ciudad, las zonas regeneradas son cada año más numerosas y eso contempla un compromiso de la alcaldía de mantenerlo, pero al mismo tiempo se espera que no solo aumenten en número sino también en diversidad, hace varios años se prometió un Parque Acuático que nunca se implemento, en vez de este proyecto se construyo un centro comercial, con esto los ciudadanos están cada vez más

acostumbrados a compartir su tiempo en lugares cerrados y no al aire libre como se hacía en la antigüedad donde se preocupaban por conocer todo lo que la ciudad les ofrecía, por esta razón aparece como una opción el proyecto de la Tarabita, el cual podría impulsar el turismo en la ciudad, interés en los ciudadanos y proporcionar una sensación poco explotada en la ciudad como el vértigo, adrenalina y otras emociones fuertes al pasear en un estructura metálica por cien metros encima del suelo a una velocidad que les permita disfrutar de la vista del manso y hermoso Guayaquil.

Dentro de la ciudad el turismo se considera centralizado, ya que la Alcaldía se propuso desarrollar la zona cercana al Malecón Simón Bolívar, con el Barrio las Peñas, las escalinatas y el faro, sin embargo se restó importancia a otros lugares que han sido acogidos por el sector privado para su desarrollo tal es el caso del Sur de la ciudad que cuenta ahora con dos centros comerciales, pero ninguna atracción turística de renombre.

También es un problema que los zoológicos, parques temáticos, parque histórico, complejos deportivos todos estos están a una distancia no menos de 15km de la ciudad, haciendo del turismo una debilidad para las personas que no cuentan con auto, limitándolas a pasar su tiempo familiar en parques cerca de sus hogares. Esta es una obra que la ciudad podría explotar más, además Guayaquil cuenta con grandes explanadas que pueden convertirse en grandes proyectos turísticos dentro de la ciudad con el incentivo justo, que conviertan a esta gran ciudad en un ícono de turismo en el mundo.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Guayaquil con su crecimiento urbanístico acelerado, requiere este tipo de proyectos que van acorde a la regeneración urbana que la Alcaldía de la ciudad quiere alcanzar.

Este Proyecto está enfocado a la propuesta de una Tarabita en la ciudad de Guayaquil, si el problema es la falta de diversidad en la ciudad, la Tarabita resolvería en parte esta insatisfacción al convocar a los habitantes a que la visiten y conozcan una parte de la ciudad que no conocían, realizar una actividad que se cree parte de la cultura de la sierra y no de la costa por no tener cerros tan altos. Las personas están acostumbradas a viajar largas distancias a las ciudades de la sierra ecuatoriana para hacer uso de estas estructuras que no siempre cuentan con un diseño seguro pero que funcionan porque proporcionan un sentimiento de vértigo y adrenalina que no lo consiguen fácilmente.

La ciudad tendrá una acogida mayor de turistas tanto nacionales y extranjeros, Guayaquil siempre será visitada y apañada por los ecuatorianos como una segunda casa y la Tarabita impulsara esta identificación con la ciudad y ayudara a la eliminación de los racismos que han sido siempre una constante en las relaciones entre los habitantes de la sierra y costa ecuatoriana. Con esto se espera disminuir esta brecha cultural y entablar lazos más fuertes entre las dos regiones.

Generara plazas de trabajo porque se necesita de arquitecto, albañiles, mecánico, operadores, guardia de seguridad, y demás personal para la construcción y puesta en marcha del proyecto. En una época de recesión económica que se está viviendo a nivel mundial los proyectos de desarrollo urbanístico son necesarios, generan el empleo, mueven la economía y disminuyen la pobreza en el país.

OBJETIVO

El objetivo del proyecto está dividido en objetivo general y objetivos específicos los cuales son detallados a continuación:

OBJETIVO GENERAL

El objetivo general de este proyecto es proponer la construcción de una Tarabita en Bellavista, con la finalidad de aportar a la regeneración urbana de la ciudad de Guayaquil.

Gráfico #2: Regeneración Urbana de Guayaquil



Fuente: Google imágenes

OBJETIVOS ESPECIFICOS

- ❖ Realizar Análisis del Entorno
- ❖ Realizar un Breve Estudio de Mercado
- ❖ Determinar el Tamaño del Proyecto
- ❖ Desarrollar una Estrategia de mercado
- ❖ Determinar el Tipo de organización y el Aspecto Legal
- ❖ Determinar la Ingeniería del Proyecto
- ❖ Determinar el Plan de Inversión
- ❖ Elaborar el Plan de Costos y Gastos Operativos
- ❖ Evaluar Financiera y Económicamente la propuesta.

MARCO CONCEPTUAL Y REFERENCIAL

Para el desarrollo de este estudio fue necesario determinar el marco conceptual y referencial, que fue dividido en Definiciones y Teorías las cuales se detallan a continuación:

DEFINICIONES:

Tarabita: Es un primitivo teleférico utilizado en ciertas regiones accidentadas de los andes colombianos, venezolanos y ecuatorianos. Se compone de una silla o una canastilla que va sujeta a un cable, por medio de una polea, empleándose la gravedad como propulsora. La extensión de una tarabita puede variar de algunos metros a más de un kilómetro. Fue muy utilizada en los siglos anteriores ante la ausencia de puentes, para atravesar ríos y cañones. Estuvo a punto de desaparecer como medio de transporte, entre otras razones, por su inseguridad.

Tarabita de Guano: Guano es una ciudad que queda a 8 km de Riobamba capital de la provincia del Chimborazo, tiene 42,851 habitantes, es un pueblo artesanal, donde destacan sus creaciones hechas de cuero puro, los panes clásicos conocidos como "cholitas", esta a una altitud que va desde los 2000 a 6000 metros, es una de las ciudades que cuenta con Tarabita que mide 420 metros de largo y esta a unos 160 metros de altura, cruza una zona boscosa y se puede admirar la majestuosidad del Chimborazo.

El Teleférico de Guano esta constituido por: Capsula de acero inoxidable de 2m de largo por 1m de ancho y 2 m de altura, para un peso de 16 qq. Los cables que transportan la capsula son de acero inoxidable de 4 pulgadas de espesor, atados en un extremo a la estructura de la construcción en la zona y en el otro extremo a una columna de 1mx1m de base ofreciendo de esta manera extrema seguridad para los ocupantes. El motor para el movimiento de la capsula es marca TOYOTA adaptados a un sistema de engranajes de acero que hacen posible mover sin mayor dificultad la capsula.

Teleférico: El teleférico es un sistema de transporte aéreo constituido por cabinas colgadas de una serie de cables que se encargan de hacer

avanzar a las unidades a través de las estaciones. Cuando las cabinas van por tierra se denomina funicular.

El sistema está compuesto por uno o más cables (dependiendo del tipo); el primer cable está fijo y sirve para sostener las cabinas, el segundo está conectado a un motor (ubicado en la estación) y hace mover las cabinas.

Algunos teleféricos usan dos cabinas por tramo (trayecto entre estación y estación) a fin de crear un contrapeso. Otros sistemas más complejos tienen varias cabinas suspendidas simultáneamente en cada dirección.

El teleférico es un medio de transporte que consiste en cabinas con capacidad para llevar un grupo de personas. Estas cabinas viajan suspendidas en el aire transportadas por uno o varios cables. La mayoría de estos medios de transporte son accionados por energía eléctrica. Este transporte se usa en zonas con grandes diferencias de altura, donde el acceso por carretera o ferrocarril resulta difícil.

En un principio la razón para diseñar el teleférico fue tener una cabina colgante que sirviera de puente entre un lugar de difícil acceso y el ferrocarril. Uno de los primeros teleféricos fue construido en 1914 para lograr el acceso de los pasajeros a un ferrocarril en la ciudad de Berna.

REFERENCIAL

Teorías sobre el origen de la Tarabita no fueron encontradas, sin embargo según la enciclopedia Wikipedia su uso genera vértigo y adrenalina; y fueron activadas como fuente de turismo en partes de la serranía ecuatoriana hace pocos años.

GENERALIDADES

Guayaquil

La ciudad de Guayaquil es rica en variedad de atractivos, como lo son su historia, sus leyendas, sus tradiciones, cultura, folclor, y su propia gente.

Generalidades de la ciudad de Guayaquil

Guayaquil, oficialmente Santiago de Guayaquil, es la ciudad más poblada y más grande de la República del Ecuador. El área urbana de Guayaquil se alinea entre las ciudades más grandes de América Latina. Es además un importante centro de comercio con influencia a nivel regional en el ámbito comercial, de finanzas, cultural, y de entretenimiento. La ciudad es la cabecera cantonal del cantón homónimo y la capital de la provincia del Guayas.

La ciudad de Santiago de Guayaquil cuenta con 2'634,016 habitantes y mayormente con fe católica, fue fundada en el año 1538, destacándose desde sus principios por el comercio, se independizó del yugo español gracias al valor y coraje de sus habitantes un 9 de Octubre de 1820.

Geografía de Guayaquil

La geografía de Guayaquil está caracterizada por su posición costera en la parte noroccidental de América del Sur, en la región litoral de Ecuador y su ubicación entre el río Guayas y el estero Salado. La geografía de la ciudad, con su cercanía al océano y su condición de puerto, ha contribuido como un importante factor para hacer de Guayaquil la ciudad con mayor densidad poblacional de la República de Ecuador.

La ciudad de Guayaquil está ubicada en la parte noroeste de América del Sur, con pocas elevaciones y alejada de la Cordillera de los Andes. El poco relieve de la ciudad y del cantón está formado por cerros que atraviesan la ciudad y luego se unen a un sistema montañoso menor llamado "Chongón-Colonche" al oeste de la ciudad. La red fluvial del Guayas cerca a Guayaquil por el este, mientras que es atravesada y cercada al oeste por el Estero Salado. Tiene fácil acceso al océano Pacífico por medio del Golfo de Guayaquil.

Guayaquil Capital Económica del Ecuador

La ciudad de Guayaquil resalta con las siguientes cifras:

- ❖ 5% de la producción mundial de arroz podría provenir de Ecuador, esto mediante una explotación tecnificada.
- ❖ 6.6% es la extensión que ocupa la provincia del Guayas en el Ecuador. Aun así cuenta 18% de la población total del Ecuador.
- ❖ 50% y más es lo que posee en lo que se refiere a la producción industrial y manufacturera del país.
- ❖ 90% de toda la carga de importaciones y exportaciones del Ecuador pasan por el puerto de Guayaquil.
- ❖ 45% de los movimientos de pasajeros internacionales arriban por el aeropuerto de Guayaquil
- ❖ 50% del consumo de la energía del país.
- ❖ 75% es lo que produce de energía para el país.
- ❖ 80% del total de la producción nacional de caliza y cemento.

Turismo en Guayaquil

A través de los años ha continuado con su tradición comercial, y actualmente en un proceso fundamentalmente económico, apuesta al turismo, reflejándose en los cambios en el ornato de la ciudad, con un mejoramiento en la autoestima de los ciudadanos, ha sido un proceso que ha tomado años, desde las dos últimas administraciones municipales. Guayaquil se ha desarrollado de este modo en un destino turístico nacional e internacional, siendo sede de ferias y eventos internacionales.

La zona del centro de la ciudad de Guayaquil es uno de los lugares más importantes para los turistas extranjeros tanto como nacionales, ya que es el más antigua y colonial, el Malecón 2000 es de gran interés turístico y esta a escasos pasos. La Previsora es el edificio más grande de Guayaquil. El Barrio "Las Peñas" es otro sitio de interés, cuenta con 300 escalones aproximadamente y termina con un Mirador donde se puede apreciar la vista de la ciudad.

La revista Latin Trade, en su artículo de portada «Mejor de América Latina» incluye a la ciudad de Guayaquil como la ciudad más destacada en 5 categorías: Mejor Hotel para Ejecutivos, Mejor Salida (entretenimiento), Mejor

Agencia de Alquiler de Autos, Mejor Agencia de Viajes y Mejor Restaurante para Ejecutivos.

Uno de los lugares más significativos para Turistas, es el Malecón 2000, llamado así debido al nombre de la Fundación que ejecutó la obra. El nombre original es Malecón Simón Bolívar. Esta obra es un proyecto de regeneración urbana del antiguo malecón. Con 2,5 km de extensión ofrece a sus visitantes, además de seguridad, grandes monumentos de la historia de la ciudad, museos, jardines, fuentes, miradores, centros comerciales, restaurantes, bares, patios de comida, el primer cine IMAX del Ecuador, muelles, desde donde se puede abordar embarcaciones para realizar paseos diurnos y nocturnos por el río Guayas.

En el Malecón del Salado se puede disfrutar en familia de paseos por el estero en pequeñas embarcaciones y admirar la flora y fauna del estero; además se encuentran discotecas, restaurantes, y bares.

Las Peñas es el barrio más antiguo de Guayaquil. En los últimos años se ha transformado para pasar a ser una de las principales atracciones de la ciudad.

Es un megaproyecto arquitectónico parecido al Coconut Walk de Miami o al Puerto Madero de Argentina, es un lugar residencial, comercial y potencialmente turístico que cuenta con varios edificios de construcción contemporánea y departamentos lujosos. Su primera etapa fue inaugurada en el 2007 y se planea completar la obra en el 2008.

- ❖ **Parque Histórico Guayaquil:** ubicado fuera del perímetro urbano. El lugar tiene un bosque de manglar que puede ser recorrido por los visitantes a través de un sendero de madera. En el manglar existen 28 especies de animales en cautiverio, entre ellas el venado de cola blanca, el mapache, el pecarí. También hay tigrillos, osos perezosos, monos y cocodrilos. Esto sumando a los pericos, águila arpía y papagayos. El sitio también cuenta con una réplica del Guayaquil Antiguo, algunas de las edificaciones son originales y fueron transportadas al parque. En parque se puede descubrir la fauna principal y la historia no solo de la ciudad sino también de la antigua provincia.

- ❖ **Parque El Lago:** km 25, vía a la Costa, que es un lago artificial con más de 2 500 000 m³ de agua (embalse) y donde se puede practicar deportes acuáticos como kayak, remo en bote, pesca de orilla, pesca submarina, buceo, snorkeling, etc. y otros deportes y actividades como ciclismo, camping, picnics y disfrutar de la naturaleza.
- ❖ **Puerto Hondo:** sitio turístico para disfrutar la flora y fauna (reserva de manglar) y practicar deportes acuáticos como natación, remo en bote, kayak, etc. Tiene una playa y servicio de comida típica y tradicional.
- ❖ **Cerro Blanco:** km 16, vía a la costa. Se puede admirar flora y fauna de bosque seco, se disfruta del turismo de aventura en una reserva ecológica con posibilidad de camping de un día a otro.
- ❖ **Cerro Santa Ana:** está ubicado al noreste de la ciudad, junto al Barrio Las Peñas y pocos metros del Malecón. Es el lugar donde se originó Guayaquil. Es colorido y visitarlo resulta placentero, ya que hay que subir 456 escalones, hasta llegar a su cima, donde se observa el norte de Guayaquil. El Cerro está lleno de cafeterías, bares, tiendas de artesanías y mucha seguridad.

Cultura turística

- ❖ Estructura Organizativa
- ❖ Sistema Educativo, enfoque en la formación de obreros con mentalidad de empresarios y no en la educación de empresarios con la mentalidad de obreros.
- ❖ Desarrollo Humano, Valoración del recurso humano en creatividad e inteligencia, mas no en el concepto de un recurso que se selecciona, se mejora y se desecha.
- ❖ Recurso Tecnológico, instrumentos y medios que liberan a las personas de actividades mecánicas y repetitivas, elevando de esta forma la calidad del producto y su servicio.
- ❖ Función social, el compromiso con la sociedad que tienen las empresas estatales y privadas en hacer su aporte en la generación de riqueza para la comunidad en la que se desenvuelven.

METODOLOGÍA

Como Metodología para este trabajo se entienden los procesos de investigación que llevamos a cabo para determinar el estudio.

Los procedimientos que se realizaron fueron los siguientes: investigación de campo, estadísticas y encuestas y levantamiento de información adicional.

Investigación de Campo

Para obtener datos valiosos con respecto al funcionamiento, inversión y demás inquietudes en relación al proyecto, se realizó un viaje a Guano donde se contacto con el dueño de la Tarabita de esa ciudad, el nos informo de el monto invertido, los pasos a seguir antes de la construcción de la tarabita, implementación y la puesta en marcha del proyecto, con esta información conseguimos un panorama general de lo que sería el proyecto en la ciudad de Guayaquil.

Ver Anexo #2: Entrevista al ing. José Luis Álvarez

Estadísticas y encuestas.

Se recogió diversos estudios de factibilidad de teleféricos, se realizó encuestas para confirmar la necesidad de este proyecto y la aceptación que tiene en el mercado. Guayaquil con un número mayor de habitantes con necesidades diferentes es el destino ideal para canalizar las expectativas que generaría un proyecto como la Tarabita en esta ciudad.

Ver Anexo # 3: Modelo de la Encuesta La Tarabita

Levantamiento de Información adicional

Se busco información sobre los requisitos legales y si existen impedimentos con respecto a los terrenos donde se colocaran las bases de la Tarabita. Cuál es el procedimiento a seguir para obtener los permisos, que

permisos son los necesarios, todo trámite que puede retrasar o desestimar la construcción de la Tarabita.

Segundo esta la ingeniería del proyecto, de que partes se compone la Tarabita, cual es su funcionamiento, su estructura, su mantenimiento, es la parte técnica del estudio. Para esto también se han hecho investigaciones a fin de tener un conocimiento general de la parte técnica del proyecto.

Gráfico #3: Imagen de la visita a Guano y entrevista con el Propietario Ing. José Luis Álvarez



Fuente: Solange Miranda

CONTENIDO DE LA PROPUESTA

Esta sección del trabajo tiene como finalidad dar a conocer los resultados obtenidos en base al estudio realizado. Comprende las siguientes partes, análisis del entorno, breve estudio de mercado, tamaño del proyecto, estrategia de mercado, tipo de organización, ingeniería, plan de inversión, plan de costos y gastos operativos.

ANÁLISIS DEL ENTORNO

Esta sección tiene como finalidad establecer el contexto del entorno en que se desarrolla esta propuesta, comprende los siguientes análisis PEST y FODA.

ANÁLISIS PEST

Político

Dentro de la ciudad el ámbito político es estable, el alcalde de la ciudad es Ab. Jaime Nebot reelecto en 1 ocasión, siguiendo los pasos del Ing. León Febres Cordero de la misma línea política Social Cristianos, en este periodo se ha desarrollado varios planes de reestructuración de la ciudad. Los proyectos turísticos y regeneración urbana han sido una prioridad durante estos periodos de mandato por lo que se considera que mi proyecto tendrá el apoyo de la Alcaldía, facilitando los trámites necesarios para el mismo.

El Gobierno a través del Ministerio del Turismo ha implementado planes para incentivar el número de visitas extranjeras al país, ha invertido millones en publicidad en otros países para promocionar los lugares turísticos del Ecuador. De este plan de inversión, el proyecto se vería beneficiado por que aumentaría su flujo de usuarios, sin embargo existen varios conflictos internos que durante este año han provocado la atención de los medios internacionales sobre el país, dando una visión negativa de lo que se puede encontrar en Ecuador quitándole mérito a las campañas publicitarias.

Económico

Ecuador tiene una tasa de desempleo del 6,36%, Guayaquil del 12,3%, este es una cifra muy alta, sin embargo la demanda no ha bajado, la economía de Guayaquil representa la mayor parte del ingreso del país y sigue moviendo millones de dólares al año. Según el Banco Central, La Provincia del Guayas genero el 26,44% del PIB nacional, encabezando la lista de las provincias que más aporta al país.

La economía de Guayaquil no es la mejor aun se encuentra en desarrollo, pero sigue siendo una de las principales opciones al momento de invertir en el continente americano, durante el 2002 se ubico en el 6to puesto de las ciudades más abiertas a la inversión internacional según la Revista América Economía. Para este proyecto se estimo que el ingreso medio de los Guayaquileños esta por debajo del salario básico \$264 según el Banco Central del Ecuador, para que sea accesible para todos, en las encuestas los futuros usuarios estuvieron de acuerdo con un precio de \$2,00 por persona, un valor que los Guayaquileños están acostumbrados a pagar por servicios de entretenimiento como el "Play Land Park", " River Park", Estadios, cine, Teatros. Pero el precio será de \$3,00 durante el primer año como se menciono anteriormente.

Social

En el ámbito social Guayaquil se encuentra inmersa en una ola delictiva que ha afectado el turismo en la ciudad, debido a que el gobierno en su afán de aumentar el turismo permitió la entrada de extranjeros sin ninguna restricción, esto a largo plazo tuvo un impacto negativo en el Puerto principal incrementando el Sicariato, Robos agravados y delitos flagrantes.

Respecto a la educación Guayaquil cuenta con la educación gratuita, el analfabetismo se redujo al 6,8%, el propósito es conseguir el 0% de analfabetismo según la Vicepresidencia del Ecuador. Estos valores no afectan al personal capacitado para operar y controlar la Tarabita, pero se considero de

importancia mencionarlo como un aspecto que en lo social podría afectar en un futuro cualquier negocio del país.

Tecnológico

En el país existe la tecnología necesaria para este proyecto, el mismo que fue usado para la construcción de las tarabitas de los diferentes sectores del país. Es una estructura sencilla, no sofisticada que no requiere de mayor tecnología. Sin embargo de ser necesaria una pieza tecnológica, Guayaquil es la ciudad con más avance tecnológico del Ecuador.

ANÁLISIS FODA

Fortalezas

- ❖ Es un proyecto innovador
- ❖ Cuenta con el apoyo del Ministerio del Turismo y del Gobierno
- ❖ Habitantes aceptan el proyecto
- ❖ Una oportunidad de mejora de la ciudad

Oportunidades

- ❖ Programas del Gobierno promocionando el turismo en el país
- ❖ El compromiso de la Alcaldía por conservar en perfecto estado los lugares simbólicos de la ciudad.
- ❖ El gran afluente de turistas en la ciudad.
- ❖ La diferencia en las vacaciones de la Sierra y la Costa por lo que siempre hay movimiento en la ciudad.

Debilidades

- ❖ La inversión amplia del proyecto
- ❖ El poco conocimiento del servicio en la ciudad.

- ❖ La gran cantidad de atractivos turísticos en la ciudad.

Amenazas

- ❖ La delincuencia que afecta el turismo en la ciudad
- ❖ La disminución del interés en este servicio
- ❖ Posible daño en la infraestructura
- ❖ La falta de personal capacitado para maniobrar este tipo de mecanismo.

Conclusión: El entorno de este proyecto es favorable, tanto el PEST como el FODA determinaron cuan factible es poner un proyecto de este tipo en la ciudad, Guayaquil cuenta con una economía estable, tecnología de punta, políticas que impulsan la inversión local. Todo esto representa el bienestar general en los habitantes. En el FODA se evidenciaron las oportunidades claras de mejora y se determinaron las pocas amenazas y debilidades que tiene la Tarabita.

BREVE ESTUDIO DE MERCADO

Este capítulo tiene por objetivo realizar el respectivo estudio de la oferta y demanda con el fin de establecer la brecha que existe en el mercado.

Oferta

Dentro de la oferta se encuentran los competidores de la Tarabita, para el estudio se separó en competidores directos e indirectos, los competidores indirectos en locales y nacionales.

Competidores Directos

A pesar de que en Guayaquil hay muchos lugares turísticos un proyecto como la Tarabita no ha sido ejecutado nunca en la ciudad, esta es la ventaja mas grande del proyecto, no cuenta con una competencia directa ni ningún otro proyecto remotamente parecido que pueda competir con la Tarabita,

Competidores Indirectos Nacionales y Locales

Como competidores nacionales tenemos a los teleféricos que se encuentran por todo el país, como principal competencia esta el teleférico de Quito recientemente inaugurado, seis personas pueden abordar una de las dieciocho cabinas e ir desde una altura de 2,904 metros, por encima del páramo característico de los flancos orientales del volcán Pichincha, hasta una altura de 4,100 metros en Cruz Loma, de 8 a 10 minutos. También considerado como fuerte competencia a nivel nacional esta la Tarabita de Baños, a unos 40 metros de altura cruza la cascada Manto de la Novia, un atractivo turístico de mucha acogida a nivel nacional e internacional por ser muy visitado por extranjeros. Guano es una de las poblaciones que ya cuenta con una Tarabita desde hace 5 años, a una altura de 160 metros y con una distancia de 420 es un espectáculo para sus visitantes por tener una vista privilegiada del Volcán Chimborazo.

Como competidor local están todos los atractivos turísticos que tienen la ciudad de Guayaquil como el Malecón Simón Bolívar, el Malecón del Salado,

los centros comerciales, parques acuáticos y de recreación, y demás atractivos de la ciudad en los que los habitantes utilizan su tiempo en familia.

Demanda

Como en todo proyecto es necesario identificar cual va a ser la demanda, quienes serán los que usen este servicio y así enfocarnos directamente en ellos.

Demanda Local

Para determinar cual es la demanda local de este proyecto fue necesario tomar como base el total de habitantes en la Provincia del Guayas 3'645,483, ya que no existe una información oficial acerca de los resultados obtenidos en la ciudad de Guayaquil, ni de la distribución de población por edades. Guayaquil aporta con un 64,5% del total de habitantes en la Provincia del Guayas, lo que da un total de 2'350,915 en Guayaquil tanto en el área urbana y alrededores.

La tasa de crecimiento del Guayas es del 1,91%, y la tasa de crecimiento de Guayaquil fue del 2,70% según el Inec, este aumento en la población representará cuanto se puede crecer anualmente en el mercado local, lo cual indica que al menos este proyecto puede tener un crecimiento del 2,70% cada año, sin embargo sería una estimación muy alta, ya que se considera que este proyecto verá una disminución de usuarios al segundo año, que se recuperará a partir del tercero en un 10%.

Gráfico # 4: Población de la provincia del Guayas



Fuente: Inec

Tomando en cuenta el porcentaje antes mencionado se obtuvieron las siguientes divisiones de la población de Guayaquil, como puede ver en la tabla el total de habitantes con la edad entre 15 y 34 años es de 810,317, que corresponde a un 34% del total de la población en Guayaquil, este valor representa la Brecha de Mercado al que podemos aspirar llegar.

Tabla # 1: Población de Guayaquil

Estructura de la población de Guayaquil		
Edad	Guayaquil	%
0-4	231992	10%
5-9	234068	10%
10-14	240915	10%
15-19	218249	9%
20-24	207244	9%
25-29	198037	8%
30-34	186788	8%
35-39	161107	7%
40-44	141994	6%
45-49	131803	6%
50-54	107511	5%
55-59	89016	4%
60-64	64494	3%
65-+	138120	6%
Total	2351337	100%

En el Estudio de Mercado se determino que las personas de entre 15-34 años son las que mostraron más interés en el proyecto.

Fuente: Inec

Elaborado por: Solange Miranda

A continuación se detalla el resultado de la suma de la población que va desde los 15 a 34 años de edad aproximadamente, este rango de edad corresponde al 34% del total de la población de Guayaquil.

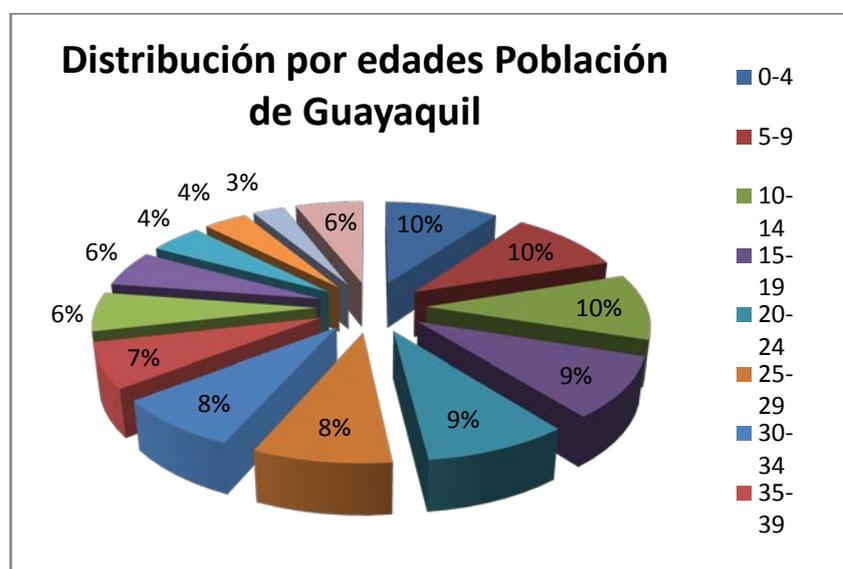
Tabla #2: Resumen de la Demanda Potencial Local

	Población (15-34 años)	%
Total	810317	34%

Elaborado por: Solange Miranda

En el siguiente gráfico se detalla los resultados del censo de población y vivienda del 2010, la población de Guayaquil en un gráfico pie para observar cual es el rango con mayor porcentaje de personas.

Gráfico #5: Distribución de la Población



Elaborado por: Solange Miranda

Demanda Extranjera

Se consulto la cantidad de turistas que ingresaron al país durante el 2010, dando como resultado 86,000 personas al mes según la página oficial del Ministerio del Turismo, lo que se multiplica por los 12 meses del año, dando un total de 1'032,000, sin embargo solo el 25% de estas personas hicieron turismo en Guayaquil, con lo cual se calcula que aproximadamente nuestra ciudad recibió a 258,000 turistas. En el aeropuerto de Guayaquil ingresaron 611,543 personas en vuelos internacionales, de este valor en vuelos corrientes 595,544 personas, y en vuelos ocasionales 15,999 durante el 2010 según los informes

emitidos por la Dirección de Aviación Civil, esta es una gran cantidad de personas que se pueden aprovechar para el beneficio del proyecto.

Del 2009 al 2010 el crecimiento a nivel nacional del turismo fue del 8,53%. Sin embargo este segmento de mercado no fue tomado en cuenta para el tamaño del proyecto, ya que el enfoque es el mercado local.

Tamaño del Proyecto

Para establecer el tamaño del proyecto acorde con la brecha, se tomo en cuenta la cantidad de personas diarias que recibía el Teleférico de Guano en una hora, y haciendo un alcance con la población de Guayaquil se concluyó que si en Guano llegaron 40 en promedio al día, con la diferencia de población se quiere llegar a tener 112 personas al día, lo cual no es un valor tan alto considerando la magnitud del mercado. Guano cuenta 7,782 habitantes mientras que Guayaquil con 2'526,927 según el Inec, por lo que es 324 veces mayor, por esta razón se cree que 112 personas son accesibles para este proyecto es 2.4 veces mayor a los visitantes en Guano.

Con estas 112 personas de entre 16-34 años, que es nuestro mercado objetivo, se lo debe multiplicar por los 6 días de la semana, ya que un día es para mantenimiento, lo que nos da un total de 672 personas en la semana. En un mes serían 2,688 usuarios, Durante un año visitarían la Tarabita 32,256 personas, esto corresponde a un 3,98%% del total del mercado (810317 habitantes).

Tabla # 3: Tamaño de Mercado

Periodo	Personas	Viajes
1 Dia	112	14
1 Semana	672	84
1 Mes	2688	336
1 Anio	32256	4032
Porcentaje del Mercado	3,98%	

Elaborado por: Solange Miranda

El tamaño de Mercado son las 32,256 personas multiplicadas por el precio de la entrada \$3,00, lo que nos da un total de \$96,768 durante el primer año de funcionamiento de la Tarabita.

Conclusión: Los resultados encontrados en este capítulo son:

- ❖ No existe competencia directa.
- ❖ El mercado potencial es de 810,317 personas
- ❖ Acorde al aspecto físico del proyecto se pretende alcanzar las 32,256 personas que corresponde al 3,98% del mercado potencial.
- ❖ El precio de venta estimado es de \$3,00 para el primer año, a partir del segundo será \$2,00.

ESTRATEGIAS DE MERCADO

Como parte del estudio es necesaria la definición de las estrategias a usarse para llegar al mercado. Primero fue necesario evaluar al producto definiendo la necesidad, el servicio a ofrecerse, el grupo estratégico al cual va ir dirigido, y los requerimientos del servicio propuesto.

ESTRATEGÍA DEL PRODUCTO Y MARCA

En este apartado se establece cual es la necesidad que se cubre con este proyecto, el servicio ofertado, grupo estratégico al que va dirigido el proyecto, el slogan, el nombre, y demás detalles que forman el producto total.

Definición de la necesidad

Guayaquil cuenta con muchas opciones para el turismo pero al mismo tiempo no tiene la diversidad que los habitantes desearían, es así que aparecen nuevas opciones de negocio para elevar el turismo en la ciudad, incrementar el número de lugares a visitar y de diversificar las oportunidades de esparcimiento familiar.

La principal necesidad identificada es la falta de lugares donde desestresarse, divertirse, exponer las emociones que generan adrenalina. La Tarabita entra como una solución permanente a esa falta de diversión, y adrenalina que son complicadas de encontrar en la ciudad. Guayaquil cuenta con un espacio de este tipo, como antes fue mencionado el Play Land park es el lugar donde acuden los Guayaquileños para obtener estas sensaciones, pero este parque de diversiones solo funciona en la ciudad los meses de Julio y Octubre. Nuestro target son esas personas que acuden a estos juegos hasta cierto punto peligrosos pero lo hacen porque es ahí donde se identifican con esas sensaciones propias del ser humano como el miedo, adrenalina, vértigo, y convicción. La Tarabita brinda esas emociones que solo la altura y rapidez producen en los seres humanos, es la adrenalina una necesidad en los ciudadanos de Guayaquil.

Este proyecto busca disminuir la insatisfacción que tienen los habitantes de Guayaquil al aportar con un lugar más a donde ir, que los turistas nacionales y extranjeros puedan visitar, porque es lo que falta en la ciudad. Por esta razón Isabel Noboa construye un mall cada dos años, para cubrir en algo la necesidad de los Guayaquileños por un espacio donde acudir, y compartir tiempo con amigos, familia e inclusive solos.

Definición del Servicio

La Tarabita brinda una solución al problema de la falta de diversidad en la ciudad, se convierte en un proyecto turístico con el fin de atraer y conservar a los habitantes de Guayaquil interesados en su propia ciudad. Cada vez es más difícil la competencia nacional que existe por atraer a los turistas a las diferentes ciudades, se invierte millones en adecuar hoteles, pensiones, restaurantes, todo para que los turistas nacionales y extranjeros estén conformes y plácidos con el afán de que vuelvan a visitarlas. Con este principio básico Guayaquil tiene mucha ventaja ya que cuenta con las mejores instalaciones, infraestructura y vialidad para recibir los miles de turistas que llegan cada año. Sin embargo el compromiso de innovar, de mantener el interés de los visitantes y de los ciudadanos se ha perdido, esta por debajo de la satisfacción de los visitantes.

La tarabita brindará un servicio de turismo, una actividad que genere en el usuario una sensación de adrenalina, consistirá en un paseo a unos 70 metros de altura que va de un cerro a otro, el paseo se espera tenga unos 5 a 6 minutos de duración, 600 metros de largo mientras se pasa de un extremo a otro y se regresa. Los usuarios podrán tomar fotos del paisaje de la ciudad, observar la expansión y sentir el aire puro y fresco de los cerros. La estructura estará diseñada para que puedan sentarse cómodamente o mantenerse en pie, de 6 a 8 personas al mismo tiempo para que la familia pueda estar junta, considerando que según el último Censo de Población y Vivienda que realizó el Inec en promedio una familia ecuatoriana consta de 4 a 5 miembros.¹

¹ Fuente Inec (<http://www.inec.gov.ec/estadisticas/>)

Establecimiento del Grupo Estratégico

El grupo estratégico son los jóvenes de entre 16-24 años, junto a los adultos 25 hasta los 34 años, estos forman dos sectores diferentes a los que va dirigido el proyecto. Los de 16-24 años se encuentran en la etapa de estudio donde disfrutan del tiempo con familia y amigos. De 25-34 años son las personas que empezaron a formar su propia familia con lo que disponen de un empleo y tiempo reducido, pero son los que disfrutan más de compartir tiempo con su familia.

Otro grupo estratégico son los turistas nacionales y extranjeros, en el caso de los turistas nacionales estos aprovechan sus vacaciones para recorrer la ciudad, son grupos familiares de 3 a 5 personas cada familia. Los extranjeros que entran a la ciudad vienen en grupos de 5 personas y lo hacen de “mochileros” lo cual sería beneficioso para el proyecto. Sin embargo hay un pequeño grupo de extranjeros que se quedan en la ciudad para hacer dinero, en los semáforos con trucos y malabares se ganan centavos para sobrevivir cada día, ellos no pertenecen al grupo estratégico ya que probablemente no deseen gastar el dinero que ganan con sus malabares en este servicio.

Características:

Las personas que hagan uso de este servicio cuentan con las siguientes características:

- ❖ Jóvenes
- ❖ Sentirse jóvenes,
- ❖ Arriesgados,
- ❖ Valientes,
- ❖ Divertidos
- ❖ Disfruten de la adrenalina
- ❖ Emociones fuertes
- ❖ Inconformes con lo que les ofrece la ciudad en esta rama
- ❖ Disfruten de pasar un momento ameno con amigos, familia e incluso solos.

Requerimientos del Servicio propuesto.

Para ofrecer a los consumidores el servicio de la Tarabita se requieren varios factores que permitan la factibilidad física de este proyecto. Esto contempla la infraestructura del lugar, los permisos correspondientes, diseño del proyecto, así como todo elemento necesario antes de la puesta en marcha del proyecto.

Infraestructura

Se debe verificar que en el sitio escogido para el proyecto existan todas las facilidades para la ejecución de la Tarabita. Bellavista cuenta con calles de acceso público a las casas que se encuentran en la parte más alta del cerro, por lo que no se necesitará invertir en pavimentar calles, mas bien invertir en la construcción de parqueos para los vehículos, así también se debe recurrir a los estudios de ingeniería civil los cuales dan la seguridad de que la zona donde se hará la plataforma de cemento, base de la Tarabita, está masiva y no haya el riesgo de que la tierra ceda ante las calamidades climáticas, que cada vez causan más estragos en la zona costera por los cambios en temperatura, el viento, y las lluvias incesantes.

Terrenos

Con respecto a los terrenos, es de mucha importancia determinar si son aptos para su excavación y la posterior construcción de los cimientos en donde se apoyarán los cables que sostienen a la Tarabita. Aparte de la compra o alquiler de los mismos, se contempla la idea de que la alcaldía los done al tratarse de un proyecto en favor al turismo en la ciudad, sin embargo para la realización de este estudio se tomará en cuenta el valor por la compra de los terrenos.

Permisos

Como cualquier proyecto es necesario la obtención de diversos permisos como los de funcionamiento, otorgados por el cuerpo de bomberos, la municipalidad, el del SRI, y los de Salud pública de ser el caso.

Diseños

Los planos son un requisito para el otorgamiento de permisos y necesarios para cualquier estudio, en este proyecto se necesitaran planos de las bases, del pilar y un plano general del cerro. Los diseños de la estructura de la cabina, todo con el afán de que la Tarabita cuente con un diseño innovador pero seguro.

Proveedores

En este caso la Tarabita necesitará un proveedor que lo ayude con los materiales de construcción, estos materiales son muy comunes y en la ciudad de Guayaquil hay un amplio mercado, sin que haya mayor problema para la implementación de la Tarabita. Los grandes productores de esto son Holcin y Andec que son las empresas que proporcionan a los detallistas del producto como cemento, hierro, piedra, acero. La ventaja de la cantidad de proveedores es que la competencia hace que los precios sean los mismos y si varían es muy poco, lo que hace de la adquisición de los materiales muy fácil.

Detalles del Producto y Marca

El producto, en este caso servicio, es el de trasladar personas de una colina a otra en un paseo aéreo muy entretenido. Generando diversión, adrenalina, y hasta cierto punto un poco de miedo a los usuarios. Para garantizar que sientan estas emociones la cabina donde se trasladarán será semiabierta pero con la particularidad de que las personas irán sentadas, reduciendo el riesgo de alguna desgracia, pero provocando inquietud en los pasajeros. Para que el producto pueda venderse en sí (la tarabita), deberá ser pintada de un color que llame mucho la atención con una bandera grande encima para aumentar este efecto. Otra idea que podría aplicarse para tener más clientes es la de cubrir el funcionamiento de la tarabita. La tarabita funciona con un motor de diesel de camión que se utiliza para maniobrar los

cables y esto puede provocar algo de miedo o inseguridad en los visitantes. Cubrir esto con una cabaña o algo similar no permitiría que la gente sepa cómo funciona y subirían con más confianza.

Nombre Artístico: La Tarabita va a llevar el nombre de la localidad donde va a estar ubicada, los colores del cartel es un rojo ladrillo con bordes negros y con una forma curva, es un nombre sencillo y fácil de recordar que nos permite identificarla rápido con los usuarios.

Tarabita de Bellavista

Logotipo: El logotipo está compuesto por un arcoíris, el nombre de la Tarabita y un teleférico en dibujo animado. Es muy llamativo, jocosos, divertido, todo lo que representa este proyecto.

Gráfico #6: Logotipo del proyecto



Elaborado por: Solange Miranda

Slogan: Esta frase busca promover el uso de la Tarabita, al mismo tiempo genera atención.

“Te atreves?”

Colores: El armazón debe ser de color naranja.

ESTRATEGIA DE PRECIO

La tarabita fue constituida con la idea de ser un paseo accesible económicamente a todos los habitantes de Guayaquil, en la encuesta realizada a los Guayaquileños se preguntó sobre el precio que estarían dispuestos a pagar por este servicio, la mayor parte coincidió en que el precio debía oscilar entre los \$1,50 y los \$3,00 y como resultado del promedio de estos valores esta el precio oficial de \$3,00 para todo el público durante el primer año, sin embargo a partir del segundo año el precio debe bajar para tratar de mantener en algo el flujo de personas, por esto se establece el precio de \$2,00. Al tercer año se mantiene este valor por ser el idóneo según los encuestados.

Este precio no va a tener ningún cambio con respecto a niños y personas de 60 años, esto se da debido a que los niños y los adultos mayores no son el mercado objetivo de la Tarabita. Sin embargo a medida que la afluencia de público disminuya con el paso del tiempo, se podrían ofrecer promociones especialmente para grupos ya que la Tarabita podrá transportar unas 6 personas (pagan 5 entran 6). Además se podría considerar poner un valor referencial de \$1,50 para niños y adultos mayores solo durante los meses de festividades en la ciudad.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO

Esta estrategia es muy importante y se refiere a la posición o imagen que queremos tener dentro de las mentes de nuestros clientes. Una vez más existe más de una postura acerca de la misma. Al principio (6-12 meses) la Tarabita de Guayaquil debe estar posicionada como una obligación para todos

los habitantes y visitantes de nuestra ciudad sin importar edad ni estrato ya que los guayaquileños nos caracterizamos por ser “noveleros” y siempre querer probar lo nuevo o innovador.

Después de este periodo la imagen de obligación turística sería solo para turistas nacionales y extranjeros y en el orden local pasaría a ser una opción de des estrés o diversión rápida. Para diferenciarnos de otras actividades de este tipo (pasatiempo, diversión) la clave es llamar la atención de las personas. Ya que muchas personas usan el trayecto Puente de la 17-Avenida José María Velasco Ibarra para trasladarse norte a sur y viceversa, la Tarabita deberá obtener las miradas de quienes circulen por ahí. Para esto podría ponerse una bandera de Ecuador grande encima de la tarabita para que pueda verse desde abajo y de esta manera captar la atención de los transeúntes y conductores. Aquí cabe mencionar que los colores descritos con anterioridad son para que se de este posicionamiento en el pensamiento de los ciudadanos

La estrategia básica es la de “el que pega primero, pega dos veces”, Guayaquil no cuenta con este servicio y al ser el único y el primero tendrá la mayor parte del mercado a su favor, esta es la idea que vamos a explotar al posesionar a la Tarabita como la única opción que puede brindar este tipo de diversión en los ciudadanos. Y aunque en un futuro se implementen otras atracciones como esta una parte del mercado se sentirán identificados con la Tarabita original.

ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN

Lo primordial en esta sección de estrategias es utilizar la mayor cantidad de prensa gratuita desde una etapa muy temprana antes de la instalación del servicio. La clave está en avisar a los medios de comunicación de la propuesta y aprovechar la cobertura que le brindarían a algo tan innovador como esta tarabita. Algo parecido ocurrió hace poco con la construcción del afamado paso comercial de la Universidad Católica en el cual los medios lo cubrieron desde los inicios de la idea hasta la apertura del mismo. De esta manera muchísimas

personas se enterarían y estarían expectantes de la inauguración de la tarabita. La localización de la tarabita no es de los sectores más turísticos de Guayaquil. Sin embargo la instalación del mirador de Bellavista, las universidades, El Parque acuático de la Av. Barcelona ha llevado algo del turismo muy cerca de donde estaría situada nuestra idea.

Un concepto algo innovador que ayudaría no solo a la tarabita sino también a todos los sitios y parques turísticos de Guayaquil sería la instalación de mapas parecidos a los que se encuentran en los centros comerciales para que los turistas locales y extranjeros puedan enterarse de los lugares que pueden visitar incluyendo este proyecto. Este concepto ya es aplicado en otras ciudades como Riobamba donde el turista va a algún parque y puede ver en el mapa qué otros lugares puede visitar.

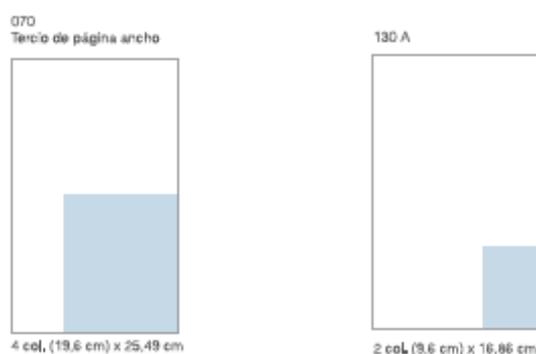
Por el lanzamiento de la Tarabita se debe realizar un evento pequeño pero que atraiga a los habitantes y los convenza de lo seguro que es el proyecto. Colocar un escrito en el diario donde se informe de la apertura de la Tarabita e invitar a los canales de televisión para que lo mencionen y lo usen sin pagar por hacer el reportaje gratuitamente.

Pero se piensa realizar promociones durante las fiestas y en las épocas de menor flujo de personas, 2X1 dos personas entran con el mismo boleto a la Tarabita. Así también por las fiestas de la ciudad se realizaran promociones como “Niños a mitad de precio” y esto se publicara en los periódicos de mayor circulación nacional ya que durante las fiestas de la ciudad son muchos turistas nacionales los que llegan a ver los desfiles y el ambiente de fiesta en Guayaquil.

A continuación se presenta una tabla con las promociones que se harán durante cada mes del primer año de lanzamiento de la Tarabita, se toma en cuenta que el marketing tendrá un costo \$3600 en total. Se revisó los precios de los principales diarios de la ciudad y los tamaños convenientes para las publicaciones. El tamaño de la publicación de 19,6cm ancho y 25,49 cm alto en ciertos meses será a color y en otros a blanco y negro

Diario Expreso y Extra que pertenecen a la misma compañía tienen precios establecidos para los dos diarios, el tamaño referencial es de 10 cm alto y 7 cm ancho con un precio de \$156,80 en blanco y negro y \$275,20 a colores. Diario EL Universo tiene un precio más alto \$865 por lo que se publicará en pocas ocasiones en el año. Las publicaciones se efectuarán en uno de los dos diarios y dependiendo de la época se hará a color o en blanco y negro. Esto será determinado por la afluencia de personas a la Tarabita y por fechas importantes.

Gráfico # 7: Dibujos de los tamaños de publicidad



Fuente: Diario El Universo

Los comerciales para la publicidad en televisión solo se realizarían a partir del segundo año, para captar la atención del público nuevamente, ya que son realmente costosos y hacerlo en el primer año no tendría ningún beneficio para el proyecto, al contrario aumentaría sus gastos innecesariamente.

Los gastos por el diseño de la publicidad escrita tendrían un costo de \$100, con lo que se completan los \$3600 de Gastos publicitarios, se espera que el proyecto sea reconocido a nivel nacional también, lo cual generaría ingresos de consideración.

Tabla #4: Gasto mensual por Publicidad

Meses	EL Universo	Diario Extra o Expreso	Total
Enero	\$ 865	\$ 275,2	\$ 1140,2
Febrero		\$ 156,8	\$ 156,8

Marzo		\$ 156,8	\$ 156,8
Abril		\$ 156,8	\$ 156,8
Mayo		0	0
Junio		0	0
Julio		\$ 275,2	\$ 275,2
Agosto		\$ 156,8	\$ 156,8
Septiembre		\$ 156,8	\$ 156,8
Octubre	\$ 865	\$ 275,2	\$ 1140,2
Noviembre		\$ 156,8	\$ 156,8
Diciembre		0	0
			\$ 3496,4
Diseño de Publicidad			\$ 100
		Total	\$ 3596,4

Elaborado por: Solange Miranda

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Hay varias alianzas que se pueden realizar en favor de este proyecto, así como los zoológicos que cuentan con descuentos para grupos grandes, de esta manera se harán descuentos para grupos mayores a 25 personas, o para las escuelas que lleven a sus cursos de paseo pueden recibir un descuento por la cantidad de personas que traen. Se hará conocer los números con los que se puede reservar y las promociones que existen para las escuelas y colegios, aunque principalmente son las escuelas las que llevan a sus alumnos a recorrer la ciudad. Los precios dependerán de la cantidad de estudiantes, ya que se podría bajar el precio a \$1,50 por persona y \$0,50 para el transporte, para lo cual tendremos que hacer otra alianza con una flota de buses.

Una de las principales estrategias que nos beneficiarían es la alianza con el bus Guayaquil Visión, para que lleve a los turistas a que visiten la Tarabita y se suban, este bus hace un recorrido por los lugares turísticos más representativos de la ciudad y sería una oportunidad de generar ingresos sin necesitar de publicidad.

PLAN DE VENTAS

Una vez que la tarabita este construida, revisada y establecida todo estará listo para que la misma entre en funcionamiento. Cuando esto ocurra, lo más probable es que en los primeros días y meses la afluencia de público sea total. Esto ocurrirá debido a que cualquier novedad que haya en la ciudad siempre es bien recibida por parte de la gente en lo que se refiere a algo diferente que hacer o un lugar distinto a donde ir. Para poder atender a tal cantidad de personas primero hay que determinar la capacidad de trabajo que tiene la tarabita, es decir, el máximo de personas que podría transportar en un día, mes y año. Debemos recordar que por tratarse de una opción de diversión la tarabita deberá permanecer abierta todos los días del año a excepción de un lunes cada cuatro semanas, día que se utilizará para darle mantenimiento a la tarabita, siempre y cuando dicho día no sea un feriado ya que deberá funcionar el aparato y cambiar el día de mantenimiento al próximo día posible. De ser así la capacidad operativa sería la siguiente:

Distancia: 600 metros

Duración del viaje: 6 minutos (ida y vuelta)

Duración del abordaje: 1 minuto aproximadamente

Duración del arranque: 1 minuto aproximadamente

Total: 8 minutos por viaje

Ahora también debemos determinar la cantidad de personas que podrán ir por viaje en la tarabita de manera que el viaje sea seguro y no se vean comprometidos de ninguna manera los viajeros ante algún posible accidente por sobrecarga del aparato. Según el ingeniero José Luis Álvarez, la jaula usada para este proyecto puede aguantar hasta 15 sacos de cemento de 50 kilogramos, es decir, hasta 1650 libras de peso según las pruebas realizadas en la tarabita de Guano. Esto significa que podría el peso de más de 8 hombres que pesen 200 libras cada uno. Por esta razón, el número correcto para poder

funcionar será el de 6 personas por viaje. Es decir, un 75% de la capacidad real de peso de la jaula (asumiendo un peso de 200 personas por viajero lo cual es poco probable). De esta manera ya podemos determinar la cantidad de viajes y personas que podría hacer la tarabita en distintos periodos.

Tabla #5: Estimación de Visitantes

Periodo	Viajes	Personas
Una hora	7,5	45
Un día	75	450
Una semana	525	3,150
Un mes (menos un día de mantenimiento)	2,175	13,050
Un año	26,100	156,600

Elaborado por: Solange Miranda

Una vez que ya tenemos definida la capacidad de la máquina podemos definir la cantidad de visitantes que tendrá la tarabita durante el primer año que, como se estipuló anteriormente, será el de mayor éxito. Igualmente lo más probable es que la cantidad de personas que visiten la tarabita en enero sea mayor que en otro mes, aunque los feriados siempre ayudan. Para determinar los valores diarios, se tomo como referencia el teleférico de Guano, quien recibió una cantidad similar en su primer año.

El valor por semana corresponde a los seis días en los que labora la Tarabita, dejando un día para calcular ingresos y mantenimiento de la estructura. La cantidad por mes de visitantes se calculo en base a la cantidad por día y el mes (30 días al mes) menos los días lunes que no esta en funcionamiento (26 días).

Visitantes del primer año:

Tabla #6: Visitantes en el Primer año

Mes	Cantidad por día	Cantidad por semana	Cantidad por mes
Enero	210	1,260	5,460
Febrero	160	960	4,160
Marzo	140	840	3,640
Abril	150	900	3,900
Mayo	100	600	2,600
Junio	80	480	2,080
Julio	120	720	3,120
Agosto	90	540	2,340
Septiembre	95	570	2,470
Octubre	140	840	3,640
Noviembre	90	540	2,340
Diciembre	100	600	2,600
TOTAL ANUAL			38,350

Elaborado por: Solange Miranda

De esta manera ya podemos multiplicar la cantidad de personas que van a viajar en la tarabita por el precio antes establecido para el primer año (\$3,00). Esto nos generará el ingreso bruto operativo del primer año, el cual nos ayudará a recuperar la mayor parte de la inversión una vez pagados todos los costos y gastos.

Tabla #7: Ingresos Mensuales

Mes	Cantidad de personas	Ingreso Generado
Enero	5460	16380
Febrero	4160	12480
Marzo	3640	10920
Abril	3900	11700
Mayo	2600	7800
Junio	2080	6240
Julio	3120	9360
Agosto	2340	7020
Septiembre	2470	7410
Octubre	3640	10920
Noviembre	2340	7020
Diciembre	2600	7800
TOTAL ANUAL	38350	\$ 115.050,00

Elaborado por: Solange Miranda

Una vez que determinamos el ingreso bruto del primer año, podemos proseguir con los siguientes años en los cuales la acogida no será la misma del primero porque se pierde el interés por parte de la gente local por sobre toda las cosas. Sin embargo, se conserva todavía el interés de los turistas de otras ciudades del Ecuador, extranjeros, universitarios, etc; que de igual manera pueden llegar a disfrutar de un paseo único en la ciudad de Guayaquil. Cabe destacar que desde el segundo año el precio a cobrar será de \$2. De esta manera podemos establecer una cantidad de pasajeros de la tarabita del segundo año como un 70% de la cantidad total de primer año y así mismo

establecer un crecimiento del 10% a partir del tercer año debido al crecimiento del turismo por sobre todas las cosas.

Tabla #8: Estimación de Ingresos durante los 5 primeros años

Año	Cantidad de personas	Ingreso Generado
1	38350	\$115050
2	26845	\$53690
3	29530	\$59060
4	32483	\$64966
5	35731	\$71462
TOTAL	162939	\$364228

Elaborado por: Solange Miranda

Esto significaría que la tarabita estaría operando bajo la siguiente capacidad:

Tabla #9: Capacidad de Operación

Año	Cantidad de personas	Porcentaje de Capacidad
1	38350	24,49%
2	26845	17,14%
3	29530	18,86%
4	32483	20,74%
5	35731	22,82%

Elaborado por: Solange Miranda

Brecha de mercado:

La nueva brecha de Mercado o Tamaño de mercado ya con las proyecciones de las ventas y establecidas las capacidades daría un total de 4,73% comparado con el total del Mercado. Anteriormente se dedujo que podría ser un 3,98% se acerca bastante a lo antes mencionado.

Tabla #10: Tamaño de Mercado después del Plan de Ventas

Brecha Potencial del Proyecto	
Población entre 15-34 años	810317
Clientes primer año	38350
Porcentaje de cobertura	4,73%

Elaborado por: Solange Miranda

Conclusión: En este capítulo que encierra las estrategias de mercado y el Plan de Ventas se obtuvo las siguientes conclusiones:

- ❖ Este segmento del trabajo dio a conocer las estrategias que se realizaran con el fin de llegar a las ventas estimadas, crear lazos con instituciones públicas y estudiantiles que son las cuales van a generar un ingreso extra, ya que contablemente solo se calcularon las ventas hechas al mercado objetivo que son personas de 15-34 años.
- ❖ El Tamaño del Proyecto es 4,73% que es lo que se quiere alcanzar del mercado total en el primer año.
- ❖ Ventas estimadas de \$115.050,00 durante el año de inicio.
- ❖ Cantidad de visitas para alcanzar las ventas 38350 personas.

ASPECTOS DE LA ORGANIZACIÓN Y PERMISOS LEGALES

Este apartado del proyecto esta dedicado al estudio de la estructura legal que va a llevar este proyecto, con el fin de obtener una figura clara que no presente problemas legales en un futuro.

La Organización

Dentro de la investigación es de vital importancia determinar cual es el tipo de organización que se va a aplicar en este proyecto, ya que por ser un proyecto de estructura sencilla no requiere mayor personal.

La figura legal es una empresa individual, con un solo propietario, no cuenta con socios, este puede responder frente a terceros con todos sus bienes, o sólo hasta el monto del aporte para su constitución, en este caso será una empresa individual de responsabilidad limitada o EIRL¹. Es una forma más sencilla de establecer un negocio y esta sujeta a menos regulaciones que las empresas grandes.

La organización es lineal, porque la actividad decisional se concentra en el jefe o propietario, quien toma las decisiones y tiene la responsabilidad del mando del negocio, el propietario asigna y distribuye el trabajo a sus empleados.

Ventajas:

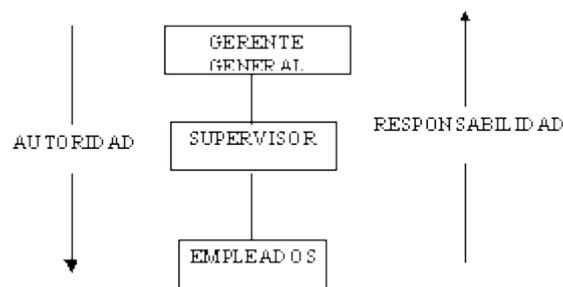
- ❖ Facilidad en la toma de decisiones así como en la ejecución de las mismas.
- ❖ No da lugar a conflictos de autoridad ni fugas de responsabilidad.
- ❖ Claro y sencillo.
- ❖ La disciplina es fácil de mantener.

¹Empresa Individual de Responsabilidad Limitada, según Enciclopedia Wikipedia

Desventajas:

- ❖ Es rígida e inflexible.
- ❖ La organización depende de hombres clave, lo que origina trastornos.
- ❖ Los ejecutivos están saturados de trabajo, lo que ocasiona que no se dediquen a sus labores directivas, sino, simplemente de operación.

Gráfico #8: Estructura de una Organización Lineal



Fuente: Wikipedia

Organigrama

El organigrama de este proyecto es pequeño ya que la extensión de personal es innecesaria, se requiere de 3 personas durante los turnos, un cajero, un operador y un guardia de seguridad. Adicional se requiere un abogado pero como consultor y no forma parte del personal de operación de la Tarabita.

Cajero: Esta persona se encargará de recibir el dinero por el valor de los tickets, llevara la contabilidad de los tickets versus el dinero registrado, por esta razón debe ser una persona que haya concluido su bachillerato y que tenga experiencia en ventas. Servicial, honesta, decente y responsable.

Operador: Persona con una carrera técnica o que al menos haya terminado un bachillerato técnico, con experiencia en control de maquinarias de

al menos 6 meses, con conocimientos de mecánica para que de soporte y de mantenimiento a la Tarabita.

Vendedor: Para todos los asuntos de alianzas estratégicas, se necesita de un agente que conecte a los consumidores con el proyecto, por lo tanto debe tener estudios superiores, experiencia en negociación y ventas de 2 años.

Seguridad: Contratar los servicios de alguna agencia de seguridad que nos brinde la protección del dinero recaudado y de las personas que visitan el lugar. Bachiller, que tenga una altura de 1,70.

Abogado: El cual se hará cargo de cualquier aspecto legal de la Tarabita, seguros de vida, de funcionamiento, y renovación de permisos.

Gráfico #9: Organigrama del Proyecto



Elaborado por: Solange Miranda

Permisos y limitaciones legales

Los aspectos legales considerados clave para la ejecución de este proyecto son la constitución legal de la empresa y el registro del nombre comercial. Para llevar a cabo estos pasos hemos decidido requerir los servicios de un estudio jurídico especializado en derecho civil. Es importante tener en cuenta que la Superintendencia de Compañías y el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual, que son las instituciones estatales que regulan estos procesos, exigen el auspicio de un abogado para realizar los respectivos trámites legales.²

Constitución Legal de la Empresa

Habiendo llegado a un acuerdo económico con el estudio jurídico que nos patrocinará, se procederá a constituir legalmente la empresa en la Superintendencia de Compañías ubicada en las calles Aguirre y Pichincha. Los servicios legales requieren una inversión de US \$ 350.00 sin incluir el valor de las tasas y otros gastos, su trámite toma aproximadamente 30 días y el plazo de constitución es de 50 años.

El primer paso es hacer la reserva del nombre de la empresa en la secretaría general de la Superintendencia de Compañías y obtener el respectivo certificado. Es recomendable proporcionarle al abogado 2 o 3 opciones del nombre de la empresa que se desee registrar. Este trámite es inmediato y no es necesario ningún documento.

El siguiente paso es conformar la cuenta de integración de capitales de la compañía en uno de los bancos del sistema financiero nacional y obtener el respectivo certificado. Esta cuenta puede ser habilitada con US \$ 200.00, que corresponden al 25% del capital mínimo requerido como requisito que es de US \$ 800.00. Este trámite es inmediato y los documentos que requiere el banco para proceder con este trámite son los siguientes: Certificado original de la reserva del nombre emitido por la Superintendencia de Compañías, copia de la cédula de identidad de los accionistas y carta del representante legal dirigida al banco solicitando la apertura de la cuenta e indicando el monto de la aportación.

Luego, se debe proceder a realizar las escrituras de la compañía en una de las notarías del cantón Guayaquil. Este trámite dura 2 días y requiere una inversión de US \$ 50.00. La documentación requerida por la notaría para realizar las escrituras es la siguiente:

² Fuente: Tesis ESPOL, www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/...12.-%20CaPITULO%203.doc

Una copia de la cédula de identidad y del certificado de votación del último proceso electoral de los socios de la compañía, la minuta elaborada por el abogado auspiciante, el certificado original de la apertura de cuenta de

integración de capitales en uno de los bancos del sistema financiero nacional y el certificado original de la reserva del nombre emitido por la secretaría general de la Superintendencia de Compañías.

Posteriormente, se deben ingresar por lo menos cuatro testimonios en la secretaría general de la Superintendencia de Compañías previa a la aprobación. En el caso de no ser aprobada, mediante una resolución se dan a conocer las observaciones que deben ser subsanadas para la posterior aprobación; si no se han emitido observaciones, mediante resolución dispone lo siguiente: “Aprobar la constitución y que un extracto dado por la Superintendencia de Compañías se la publique en un diario del domicilio de la compañía. Que el notario que realizó los testimonios de la escrituras de la constitución tome nota al margen. Que el registrador mercantil inscriba la escritura y la resolución dada por la Superintendencia de Compañías. Que la compañía proceda a afiliarse a una de las cámaras de producción. Que la compañía proceda a obtener el registro único de contribuyente (RUC)”. Cumplir con estos pasos toma 2 días y requiere una inversión aproximada de US \$ 127.00.

Finalmente, una vez cumplido con todos los requisitos exigidos por la Superintendencia de Compañías, se entrega la publicación general del extracto, copia de la escritura pública inscrita en el Registro Mercantil, copia de los nombramientos inscritos, copia de afiliación a una de las cámaras de producción y copia del RUC.

Registro de Nombre Comercial

Una vez realizada la constitución legal de la empresa procederemos a registrar el nombre comercial en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) ubicado en el segundo piso de la Cámara de Comercio de Guayaquil (CCG). Para lo cuál, contrataremos los servicios de un abogado especializado en registros de marcas y patentes como auspiciante (requisito del IEPI), los servicios legales requieren una inversión de US \$ 350.00 sin

incluir el valor de la tasas, su trámite completo toma aproximadamente 8 meses y debe ser actualizado cada 10 años.

El primer paso es llevar a cabo la búsqueda, se realiza previo a la solicitud del registro de la marca, nombre comercial o lema comercial. Este procedimiento es recomendable pero no obligatorio por ley. La búsqueda permite tener conocimiento si una marca, nombre comercial o lema comercial no ha sido previamente registrado o su registro esta siendo tramitado por otra persona natural o jurídica. Este trámite dura 1 semana y requiere una inversión de US \$ 16.00. Los documentos requeridos por el estudio jurídico para llevar a cabo la búsqueda son mencionados a continuación: Original y 2 copias del formulario de búsqueda, y la papeleta de depósito por un valor de US \$ 16.00 realizado en efectivo en la cuenta corriente número 6169830 del Banco de Guayaquil a nombre del IEPI.

El siguiente paso, una vez que la búsqueda ha arrojado un resultado favorable, es decir, que el nombre comercial de nuestra empresa no ha sido ni está siendo tramitado por otra persona natural o jurídica, podemos solicitar el registro respectivo. Este trámite toma 7 meses y requiere una inversión de US \$ 54.00. Los documentos que requiere el estudio jurídico para realizar este paso son los siguientes: Original y 5 copias del formulario de registro de marca llenado a máquina o en computador; 5 impresiones del logotipo a color y 1 en blanco y negro en papel couché mate tamaño 4 por 4 centímetros; original y 2 copias de la papeleta de depósito por un valor de US \$ 54.00 realizado en efectivo en la cuenta corriente número 6169830 del Banco de Guayaquil a nombre del IEPI; y un poder especial notariado para autorizarlo al abogado a realizar este trámite.

Para que un notario certifique el poder especial se deben adjuntar los siguientes documentos: la minuta elaborada por el abogado, una copia de la cédula de identidad y del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal de la empresa, y una copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil. Este trámite toma 1 día y requiere una inversión de US \$ 28.00.

Una vez emitida la resolución favorable de registro del nombre comercial por parte del IEPI en la gaceta de Propiedad intelectual y transcurrido los 30 días de plazo de impugnación, se debe solicitar la respectiva emisión del título. Este trámite dura 1 mes y requiere una inversión de US \$ 28.00. Los documentos que requiere el estudio jurídico para realizar este trámite son los siguientes: Original más 2 copias del escrito solicitando la emisión del título de registro del nombre comercial y la papeleta de depósito por un valor de US \$ 28.00 realizado en efectivo en la cuenta corriente número 6169830 del Banco de Guayaquil a nombre del IEPI.³

Aspectos Tributarios

Los aspectos tributarios considerados para la ejecución de este proyecto son la obtención del Registro Único de Contribuyente (RUC) para personas jurídicas, el Permiso de Funcionamiento del Benemérito Cuerpo de Bomberos de la ciudad de Guayaquil (BCBG) y el Permiso de Funcionamiento de la M. I. Municipalidad de Guayaquil. Estos pasos serán realizados por el representante legal de la empresa o por un delegado de la misma. Es importante tener en cuenta que las instituciones estatales que regulan estos procesos no exigen el auspicio de un abogado para realizar los respectivos trámites tributarios.

Registro Único de Contribuyente

El primer paso que se debe realizar es obtener el RUC para personas jurídicas. Este documento se lo obtiene en las oficinas del Servicio de Rentas Internas (SRI) ubicadas en la Av. Francisco de Orellana, edificio World Trade Center, torre B, planta baja; no tiene costo alguno, su trámite toma aproximadamente 30 minutos y debe ser actualizado anualmente.

Los documentos necesarios para obtener el mencionado documento son los siguientes:

³ Fuente: Servicio de Rentas Internas

Original y copia, o copia certificada, de la escritura pública de constitución o domiciliación inscrita en el registro mercantil; original y una copia, o copia

certificada, del nombramiento del representante legal inscrito en el registro mercantil; una copia a color de la cédula de identidad y del certificado de votación del último proceso electoral del representante legal de la empresa; y, original y una copia de una planilla de servicio eléctrico, consumo telefónico o consumo de agua de los últimos tres meses anteriores a la fecha de realizar este trámite.

Una vez obtenido el RUC la empresa estará obligada a realizar la declaración anual de impuesto a la renta, la declaración mensual de impuesto al valor agregado (IVA) y a llevar la contabilidad de la compañía.⁴

Los documentos necesarios para obtener el permiso son los siguientes: Original y una copia del RUC actualizado, una copia de la escritura de constitución de la empresa, una copia del nombramiento del representante legal de la compañía, una copia a color de la cédula de identidad y una copia del certificado de votación del representante legal de la empresa y la factura original de la compra de los extintores de incendios, los cuales deben ser recargados anualmente y cuya factura es indispensable para obtener la renovación de este permiso. En caso de que el trámite sea realizado por una persona que no sea el representante legal, deberá portar un poder que autorice dicho trámite junto con una copia de su cédula de identidad.⁵

Permiso Municipal de Funcionamiento

El último paso es obtener el permiso de funcionamiento del establecimiento. Este documento es emitido en la ventanilla número 41 de la Muy Ilustre Municipalidad de Guayaquil ubicada en las calles 10 de Agosto y Pichincha, la tasa de habilitación tiene un costo de US \$ 32.00 para las oficinas de hasta 50 m² (dimensiones consideradas suficientes para el funcionamiento de la empresa), este trámite dura 10 días laborables que corresponden a la inspección de la oficina por parte del personal municipio.

⁴Fuente: Servicios de Rentas Internas

⁵Fuente: Oficina Técnica de Prevención Contra Incendios, BCBG

Este permiso debe ser renovado anualmente. Los documentos necesarios para obtener el mencionado documento son los siguientes: Formulario y tasa

de habilitación, RUC actualizado, copia de la escritura de constitución de la empresa, copia del nombramiento del representante legal de la compañía, copia a color de la cédula de identidad del representante legal de la empresa, original y copia del permiso de los bomberos, croquis del lugar. En caso de ser propietario del inmueble dónde funcionará la empresa se deben adjuntar los siguientes documentos: Copia de la patente del predio y permiso de creación de establecimientos (Estos documentos no serán necesarios ya que el local donde funcionará la oficina será alquilado). En caso de que el trámite sea realizado por una persona que no sea el representante legal de la empresa se deberá portar un poder que autorice dicho trámite junto con una copia de la cédula de identidad del delegado.⁶

Conclusión: En este capítulo se obtuvo como resultado lo siguiente:

- ❖ La organización es lineal
 - ❖ El organigrama comprende un Gerente/propietario como única cabecera, y sus subordinados.
 - ❖ Investigación y detalle de los permisos de funcionamiento otorgados por la Alcaldía y Cuerpo de Bomberos.
-

⁶Fuente: M.I. Municipalidad de Guayaquil

En este apartado se analizará técnicamente el medio de transporte proyectado, determinando el sistema de operación, capacidad de la cabina, diseño del cable de acero, entre otros constituyentes del proyecto.

La parte de ingeniería del proyecto estará a cargo de una empresa privada quien se ocupe de la planificación y montaje, los mismos que realizaron el proyecto del Teleférico de Guano. Por tener características similares a las del espacio donde se va a montar la Tarabita en Guayaquil.

Ubicación

Bellavista son parte de la cordillera Chongon-Colonche que cruza la ciudad y le da relieve, este cerro alcanza unos 100 metros de altura, ubicados en el NO (nor-oeste) de la ciudad. Estos cerros son usados por escaladores y aficionados a la altura quienes suben y bajan estos cerros sujetos a una polea. Se consideró que Bellavista es una zona que esta creciendo a nivel turístico interno, se han inaugurado varias obras municipales de gran importancia en el sector, primero un hermoso mirador a un costado del cerro, cuenta con zona para comer, sillas y juegos infantiles. Segundo proyecto es el malecón del Estero Salado que une la universidad de Guayaquil con la el puente del Velero. Y tercero esta el parque infantil de agua recientemente abierto al público, ubicado en la Av. Barcelona con una concurrencia masiva desde Junio que se abrió. Cerca de Bellavista se encuentran San Pedro, Cdma. Bellavista, Cdma. Vista bella, el estadio del equipo Barcelona SC, varias concesionarias de autos, y dos universidades. Esta cordillera esta en el medio de la ciudad, por estas razones fue el lugar escogido para la elaboración del proyecto

Gráfico #10: Cerros de Bellavista



Fuente: Google Map

Sistema de operación de la Tarabita

Los teleféricos se clasifican en dos sistemas de operación: los que operan con monocable y los de policable, la diferencia entre estos sistemas es que el monocable consta de un cable único sin fin, que da continuidad a la operación y este cable hace de portante y tractor a la vez. El Policable consta de uno o varios cables portantes, que se mueven entre poleas para la tracción que permite el movimiento de la cabina.

Para este proyecto se usara un monocable, el cual hará las veces de carril, el cual permitirá la movilidad de la cabina, pero también se hará uso de un cable flexible que permita el desplazamiento de la Tarabita.

Gráfico # 11: Tipos de Cables para Teleféricos



Fuente: *Imagen Izquierda* - Leitner (2004).

Imagen derecha - Doppelmayr (2004).

Fuente: Cybertesis⁷

Cable carril

Es un cable de suspensión que debido a la sollicitación de la carga este se obliga a cambiar su forma, produciendo únicamente esfuerzos de tensión, que se distribuyen uniformemente sobre su sección transversal. Se encuentra suspendido por la estructura portante cuyos apoyos se ubican en dos o más puntos, y a través de esta se desplaza en vehículo.

Cable Motriz

Es un cable con una trayectoria paralela a la del cable carril, el cual transmite el movimiento desde el sistema motriz hasta la canasta.

Sistema motriz

El objetivo de este sistema es dar energía mecánica necesaria para mover el cable motriz y el vehículo. Consta de motor, mecanismos de transmisión de potencia, ejes, frenos, y tambores en algunos casos.

⁷Página Web donde se encuentran tesis de diferente índole

[.http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2005/bmfcir924e/doc/bmfcir924e.pdf](http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2005/bmfcir924e/doc/bmfcir924e.pdf)

Sistema mecánico

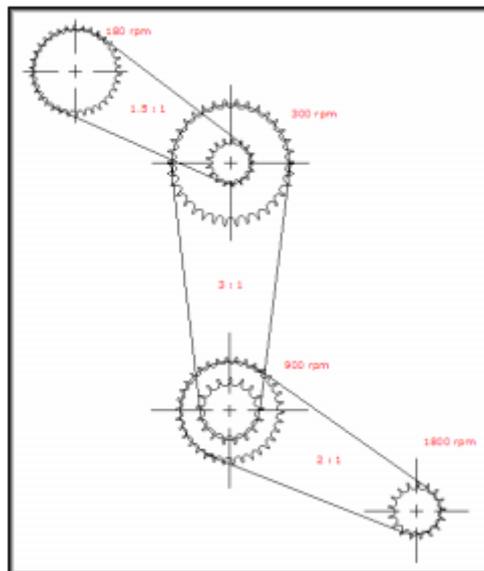
La Tarabita o teleférico usa un motor común como el de un vehículo que genera el movimiento de los cables a través de los engranajes.

El diseño del sistema motriz esta en función de la potencia necesaria para generar el movimiento del vehículo.

Para seleccionar al motor se deben analizar condiciones tales como: Disponibilidad del fluido eléctrico en la zona, potencias disponibles en el mercado y régimen de trabajo de los motores.

La transmisión de potencia del motor hacia el cable motriz se realiza mediante un mecanismo de reducción de velocidad que puede ser mediante bandas y poleas, cadenas de engranes y rodillos.

Gráfico# 12: Imagen del funcionamiento del Sistema Motriz



Fuente: Cyber tesis

Funicular Terrestre

Es el que se desplaza sobre carriles en plano inclinado utilizando el principio de equilibrio de cargas; tiene un vagón el cual pasa por un torno o polea colocado en un extremo de la montaña. Así por la fricción se desliza de un lado a otro y al mismo tiempo regresa.

El Teleférico

Consiste en una cabina que va colgada del cable, tiene en contra que caben pocas personas dentro, y solo sirve para distancias cortas.

Como medio de transporte tiene inconvenientes y ventajas. Tiene en contra que cabe poca gente en las cabinas, que sólo sirve para distancias cortas y que suele ser tirando a lento. Esto es según se mire; si no hay que ir lejos, para qué ir deprisa. La idea de que la velocidad es buena “per se” es uno de los grandes errores de nuestra época.

El teleférico tiene varias ventajas que le son propias. Casi no ocupa terreno; sólo las estaciones y las bases de las torres. Requiere muy poco personal, porque los vehículos no llevan conductor. Es barato de mover, no contamina y es prácticamente silencioso.

Gráfico # 13: Teleférico de Puerto Plata



Fuente: Google Images

PLAN DE INVERSIONES

En esta sección se define la inversión que se hará en el proyecto lo que se presenta en un resumen a continuación:

Tabla #11: Plan de Inversión

Plan de inversion			
Terreno			45,000
Montaje			25,460
	Estructura		3,960
	Sistema Operativo		22,000
Muebles			230
Equipo oficina			400
Iluminación			2,000
Activo Diferido	Gastos de	2,000	2,000
	Constitución		
Inversión Fija			73,090
Capital de Trabajo			1.637,29
			\$77,227

Elaborado por: Solange Miranda

A continuación el detalle del Plan de Inversión:

MONTAJE DE LA TARABITA

Como ya fue estipulado anteriormente, el montaje de la tarabita así como los materiales requeridos para ensamblarla correrán por cuenta del constructor de la tarabita, el Ingeniero José Luis Álvarez, trabajo por el cual nos cobrará el costo de los materiales, la mano de obra y por supuesto un valor de honorarios. El detalle de los materiales y maquinaria requeridos, además de los gastos de construcción y honorarios se especifica a continuación:

Tabla #12: Inversión en el Montaje de la Tarabita

Descripción	Especificación de costo	Cantidad	Valor Total
Terrenos			45000
Estructura			\$3960
• Cemento para estructura	\$8 el saco	120 sacos	\$960
• Bloques	\$0,50 el bloque	2000	\$1000
• Hierro	\$50 el quintal	40 q	\$2000
Sistema Operativo			\$13860
• Cable principal de acero (1" diámetro)	\$8 el metro	660m	\$5280
• Cable de propulsión (1/2" diámetro)	\$5 el metro	1200m	\$6000
• Motor (Toyota 2000)	\$2000	1	\$2000
• Jaula de acero	\$350	1	\$350
• Poleas	\$75	2	\$150
• Tanque de Gasolina	\$50	1	\$50
• Mangueras	\$15	2	\$30
Gastos de Construcción			\$7640
• Alquiler de grúas	\$800	2	\$1600
• Alquiler retroexcavadora	\$800	1	\$800
• Alquiler camión	\$500	1	\$500
• Mano de Obra (trabajadores a cargo de construcción)	\$280 mensual	4	\$2240
• Honorarios del Ingeniero	\$1250	1	\$2500
TOTAL			\$70,460

Elaborado por: Solange Miranda

Terrenos: \$45000 dividido de la siguiente manera:

- \$20000 del terreno del Este.
- \$25000 del terreno del Oeste.

Estructura: las edificaciones estructurales que aguantan el funcionamiento de la tarabita, \$3960.

Sistema Operativo: la Tarabita en sí y lo que la mueve, \$13860.

Gastos de Construcción: \$7640 de gastos para construir todas las instalaciones y dejar operativa la tarabita; honorarios del ingeniero a cargo del proyecto, mano de obra y alquiler de maquinaria.

En este detalle hay que aclarar que se redondeo el valor en \$22,000

Muebles y Enseres: \$150 de un mostrador para la cajera y \$80 de una carpa (\$230 total).

Equipo de oficina: \$400 de caja registradora.

Iluminación: \$600 es el costo de un poste LED y la lámpara cuesta \$400, como deben ir en cada lado para alumbrar el costo total es de \$2,000

ACTIVO DIFERIDO

Gastos de Constitución: este rubro incluye los honorarios a un abogado que se encargará de todos los trámites legales y permisos necesitados para dar inicio a las operaciones de la tarabita siempre tratando de agilizar los mismos, \$2,000.

Financiamiento

El proyecto se financio acorde a la siguiente estructura:

Tabla# 13: Detalle Financiamiento

	%	Valor
Capital propio:	79%	\$ 60,000
Préstamo bancario:	21%	\$ 16,240
Total	100%	\$ 76,240

Elaborado por: Solange Miranda

TABLA DE DEPRECIACIÓN

Tabla #14: Detalle de la Depreciación

Activo Fijo	Valor	Años	Depreciación Anual
Terrenos	\$50000	-	
Estructura	\$3960	20	\$198
Sistema Operativo	\$22000	10	\$2200
Muebles y Enseres	\$230	10	\$23
Equipos de Oficina	\$400	10	\$40
Iluminación	2000	10	200
TOTAL			\$2661

Elaborado por: Solange Miranda

Tabla #15: Detalle del Capital de Trabajo

Capital de Trabajo	
Egreso	\$ (39.295,99)
Costos	\$ (23.695,99)
Gastos	\$ (9.600,00)
Gastos	\$ (6.000,00)

administrativos	
	\$ 39.295,00
Quincenal	\$ 1.637,29

Elaborado por: Solange Miranda

Tabla #16: Activos fijos para Valor de Recuperación

Activo Fijo Anio 5			
Terreno	\$ 45.000,00	100%	\$ 45.000,00
Estructura	\$ 3.168,00	40%	\$ 1.267,20
Sistema Operativo	\$ 13.200,00	40%	\$ 5.280,00
Muebles y Enseres	\$ 138,00	40%	\$ 55,20
Equipos de Oficina	\$ 240,00	40%	\$ 96,00
Iluminación	\$ 1.200,00	40%	\$ 480,00
Activo Fijo Anio 5			\$ 52.178,40

Elaborado por: Solange Miranda

PLAN DE COSTOS Y GASTOS OPERATIVOS

Como parte del estudio se estableció el Plan de costos y Gastos, el cual esta dividido en costos operativos y Gastos operativos.

COSTOS OPERATIVOS

Entre los Costos operativos están los costos de gasolina, mantenimiento, mano de obra y otros detallados a continuación:

GASOLINA

Si bien no se necesita de mucha gasolina para mover la tarabita, se usan cambios en el motor que consumen la mayor cantidad de gasolina como lo son la reversa para mover el aparato de frente y la primera para regresarlo. El tanque estándar que se usa para estas tarabitas es de diez galones. Cada galón podría aguantar hasta 10 viajes (1200 metros/cu). Por supuesto no podemos considerar este valor como el costo de la gasolina ya que habría que asumir q todos los viajes fueron con canasta llena lo cual no sería nada realista. Por esta razón vamos a considerar un 66% de capacidad de la tarabita para las personas que viajaron en el primer año y un 50% del segundo año en adelante. Esto quiere decir que en el primer año la cantidad de viajes realizados se ajustará en un 150% de la cantidad de gasolina requerida y a partir del segundo año en un 200%. El costo de la gasolina será de \$1,46 el galón (extra de Petrocomercial). Con esta información ya podemos desarrollar una tabla de valores con respecto al costo de la gasolina.

Tabla # 17: Costo de la Gasolina Primer año

Mes	Pasajeros	Viajes	Galones/Gas	Costo Gasolina
Enero	6600	1650	165,0	\$240,90
Febrero	5400	1350	135,0	\$197,10
Marzo	5100	1275	127,5	\$186,15

Propuesta para la Implementación de una Tarabita en Bellavista - Guayaquil

Abril	4350	1088	108,8	\$158,85
Mayo	3000	750	75,0	\$109,50
Junio	1450	363	36,3	\$52,00
Julio	1500	375	37,5	\$54,75
Agosto	1800	450	45,0	\$65,70
Septiembre	2030	508	50,8	\$74,17
Octubre	1800	450	45,0	\$65,70
Noviembre	2320	580	58,0	\$84,68
Diciembre	3000	750	75,0	\$109,50
TOTAL	38350	9589	958,9	\$1399,99

Elaborado por: Solange Miranda

Ajustando la capacidad del segundo año en adelante a 50% por viaje (6 personas en dos viajes) y asumiendo que el costo de la gasolina se mantiene igual, ya podemos predecir el costo de la gasolina para los siguientes 4 años:

Tabla # 18: Costo de la Gasolina Primeros cinco años

Año	Pasajeros	Viajes	Galones/Gas	Costo Gasolina
1	38350	9589	958,9	\$1399,99
2	26845	8948	894,8	\$1306,41
3	29530	9843	984,3	\$1437,08
4	32483	10828	1082,8	\$1580,88
5	35731	11910	1191,0	\$1738,86

TOTAL	162939	51118	5111,8	\$7463,23
--------------	---------------	--------------	---------------	------------------

Elaborado por: Solange Miranda

MANTENIMIENTO

Una vez que conocemos el costo de la gasolina de cada viaje tenemos que considerar la conservación del sistema, desde el motor hasta los cables que se utilizan para el funcionamiento de la tarabita. El motor, como todo motor de un vehículo debe ser mantenido a través de su limpieza y el cambio de aceite. En una tarabita el cambio de aceite suele hacerse cada seis meses ya que la distancia avanzada por los cables no es tanta pero se limita a seis meses para no forzar el motor. El costo será de 60 dólares cada cambio (diferido en seis meses, \$10). La limpieza del motor también se realizará cada 6 meses con un costo de 30 dólares (\$5 mensual). Además el mantenimiento de los cables debe realizárselo trimestralmente lubricando el cable principal y los cables de propulsión con un costo de 120 dólares (\$40 mensuales). A esto le sumamos una pintada a la jaula una vez al año en 60 dólares (\$5 mensuales). Debemos considerar la compra de algún repuesto esporádico con un costo de 120 dólares anuales (\$10 mensuales). Finalmente la batería será cambiada una vez al año con un costo de 96 dólares (\$8 mensuales).

Tabla # 19: Costos por Mantenimiento

Rubro	Valor (mensual)
Cambio de aceite	\$10
Limpieza de motor	\$5
Batería	\$8
Lubricación de cables	\$40
Pintada de jaula	\$5
Repuestos	\$10

Total mensual	\$78
TOTAL ANUAL	\$936

Elaborado por: Solange Miranda

MANO DE OBRA OPERATIVA

Los únicos salarios operativos que asumirá la compañía serán los del operador de la tarabita, la cajera que venderá los boletos y dará las instrucciones para el abordaje de los pasajeros y dos guardias de seguridad para salvaguardar las instalaciones en el día y en la noche. Cada uno de ellos tendrá un sueldo de 400 dólares mensuales con un incremento anual del 1%. De esta manera presentamos la tabla de mano de obra operativa:

Tabla # 20: Costo por Mano de Obra

Cargo	Sueldo mensual	Total anual
Operador	\$400	\$4800
Cajera	\$400	\$4800
Guardia (x2)	\$800	\$9600
TOTAL	\$1600	\$19200

Elaborado por: Solange Miranda

De esta manera, asumiendo el incremento anual del 1%, la tabla de salarios operativos de los primeros 5 años quedaría de la siguiente manera:

Tabla # 21: Costo Mano de obra proyectado en Cinco años

Año	Salarios Operativos
1	\$19200,00
2	\$19392,00
3	\$19585,92
4	\$19781,78
5	\$19979,60
TOTAL	\$97939,30

Elaborado por: Solange Miranda

OTROS

Tabla # 22: Costos Varios

Descripción	Costo Mensual	Costo Anual
Servicios Básicos (luz, agua, telf.)	\$60	\$720
Insumos (papelería)	\$20	\$240
Permisos de Funcionamiento	\$100	\$1200
TOTAL	\$180	\$2160

Elaborado por: Solange Miranda

COSTOS OPERATIVOS TOTALES

Una vez que tenemos definidos todos los componentes que forman parte de los costos operativos podemos hacer una tabla unificándolos y sacando el valor total anual de los mismos en los primeros 5 años de operaciones:

Tabla # 23: Costos Operativos de los primeros cinco años

Año	Gasolina	Mantenimiento	Salarios	Otros	Total
1	\$1399,99	\$936	\$19200,00	\$2160	\$23695,99
2	\$1306,41	\$936	\$19392,00	\$2160	\$23794,41
3	\$1437,08	\$936	\$19585,92	\$2160	\$24119,00
4	\$1580,88	\$936	\$19781,78	\$2160	\$24458,66
5	\$1738,86	\$936	\$19979,60	\$2160	\$24814,46
TOTAL	\$7463,23	\$4680	\$97939,30	\$10800	\$120882,53

Elaborado por: Solange Miranda

GASTOS OPERATIVOS

Los gastos operativos están divididos en Gastos de Ventas y Gastos en publicidad

VENTAS

En esta área trabajará un agente de ventas que se encargará de visitar escuelas, colegios, universidades, fundaciones, etc., para dar a conocer la tarabita y fomentar la visita por parte de grupos grandes. Cumplirá con las alianzas estratégicas que fueron presentadas en las estrategias comerciales anteriormente. Además programará dichas visitas. El sueldo de esta persona será de 500 dólares mensuales con un incremento de 1% anual

PUBLICIDAD

La mayor parte de la publicidad será la publicidad gratuita de reportes de televisión y prensa escrita meses antes de que se inaugure oficialmente la tarabita. Esto suele ser muy común ya que los periódicos y programas noticiosos suelen dar mucho espacio a las novedades especialmente turísticas, una vez concluida esta publicidad gratuita se da paso a un plan de publicación en prensa escrita con un pequeño espacio una vez al mes con un costo de 300 dólares cada uno. Esto supone una inversión de \$3600 al año.

Por ende la tabla de gastos operativos totales durante los primeros 5 años queda de la siguiente manera:

Tabla # 24: Gastos Operativos de los primeros cinco años

Año	Ventas	Publicidad	Total
1	\$6000,00	\$3600	\$9600,00
2	\$6060,00	\$3600	\$9660,00
3	\$6120,60	\$3600	\$9720,60
4	\$6181,81	\$3600	\$9781,81
5	\$6243,63	\$3600	\$9843,63
TOTAL	\$30606,04	\$18000	\$48606,04

Elaborado por: Solange Miranda

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Solo se incluirá el sueldo de la gerente general como un representativo ya que la mayoría de sus ingresos se basarán en las utilidades por ser la única accionista de la empresa. Este valor será de 500 dólares mensuales, sin aumento, total de 6000 dólares al año.

Conclusión:En esta sección está el detalle de los costos operativos del primer año que dieron como resultado \$22226,79y los gastos operativos están proyectados para los primeros 5 años del proyecto y vanacordes al plan de ventas; y al mercado que se pretende alcanzar serán de \$48,606.04.

EVALUACIÓN FINANCIERA Y ECONÓMICA

Después de mentalizar y ordenar los costos, gastos e inversión a realizar en el proyecto, en este apartado esta desarrollado la evaluación financiera con el fin de confirmar la factibilidad del proyecto.

Acontinuación se presenta el Balance inicial, plan de financiamiento, el flujo de caja del primer año, flujo de caja de los cinco primeros años, TIR, VAN, estado de resultados y el balance general

Balance de Situación Inicial 01/01/2012

ACTIVOS		PASIVOS	
Activo Corriente		Pasivos Largo Plazo	
Bancos	\$ 650,00	Préstamo Bancario	\$ 16.240,00
Activo Fijo		PATRIMONIO	
Terreno	\$ 45.000,00	Capital Social	<u>\$ 60.000,00</u>
Estructura	\$ 3.960,00		
Sistema Operativo	\$ 22.000,00		
Muebles y Enseres	\$ 230,00		
Equipos de Oficina	\$ 400,00		
Iluminación	\$ 2.000,00		
Activo Diferido			
Gastos de Constitución	<u>\$ 2.000,00</u>		
TOTAL ACTIVOS	\$ 76.240,00	TOTAL PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 76.240,00

Propuesta para la Implementación de una Tarabita en Bellavista - Guayaquil

Estado de Resultados					
	2012	2013	2014	2015	2016
Ventas	\$ 115.050,00	\$ 53.690,00	\$ 59.060,00	\$ 64.966,00	\$ 71.462,00
Costos Operativos	\$ (23.695,99)	\$ (23.794,41)	\$ (24.119,00)	\$ (24.458,66)	\$ (24.814,46)
Gastos Operativos	\$ (9.600,00)	\$ (9.660,00)	\$ (9.720,60)	\$ (9.781,81)	\$ (9.843,63)
Gastos Administrativos	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)
Depreciación	\$ (2.661,00)	\$ (2.661,00)	\$ (2.661,00)	\$ (2.661,00)	\$ (2.661,00)
Utilidad Operativa	\$ 73.093,01	\$ 11.574,59	\$ 16.559,40	\$ 22.064,53	\$ 28.142,91
Intereses	\$ (1.843,24)	\$ (1.670,44)	\$ (1.209,63)	\$ (748,82)	\$ (288,01)
Utilidad antes de Participación	\$ 71.249,77	\$ 9.904,15	\$ 15.349,77	\$ 21.315,71	\$ 27.854,90
15% Participación Trabajadores	\$ (10.687,47)	\$ (1.485,62)	\$ (2.302,47)	\$ (3.197,36)	\$ (4.178,24)
Utilidad antes de Imp. Renta	\$ 60.562,30	\$ 8.418,53	\$ 13.047,31	\$ 18.118,36	\$ 23.676,67
Impuesto a la Renta	\$ (14.534,95)	\$ (1.936,26)	\$ (2.870,41)	\$ (3.986,04)	\$ (5.208,87)
Utilidad Neta	\$ 46.027,35	\$ 6.482,27	\$ 10.176,90	\$ 14.132,32	\$ 18.467,80

Propuesta para la Implementación de una Tarabita en Bellavista - Guayaquil

Flujo de Caja Primeros 5 Años						
	Preoperacional	2012	2013	2014	2015	2016
Ingreso Operacional						
Ventas		\$ 115.050,00	\$ 53.690,00	\$ 59.060,00	\$ 64.966,00	\$ 71.462,00
Egreso Operacional						
Costos Operativos		\$ (23.695,99)	\$ (23.794,41)	\$ (24.119,00)	\$ (24.458,66)	\$ (24.814,46)
Gastos Operativos		\$ (9.600,00)	\$ (9.660,00)	\$ (9.720,60)	\$ (9.781,81)	\$ (9.843,63)
Gastos Administrativos		\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)	\$ (6.000,00)
Flujo de Caja Operacional		\$ 75.754,01	\$ 14.235,59	\$ 19.220,40	\$ 24.725,53	\$ 30.803,91
Ingreso No Operacional						
Préstamo Bancario	\$ 16.240,00					
Capital Social	\$ 60.000,00					
	\$ 76.240,00					
Egreso No Operacional						
Pago de Interés		\$ (1.843,24)	\$ (1.670,44)	\$ (1.209,63)	\$ (748,82)	\$ (288,01)
Pago de Capital		\$ -	\$ (4.060,00)	\$ (4.060,00)	\$ (4.060,00)	\$ (4.060,00)
Trabajadores		\$ -	\$ (10.687,47)	\$ (1.485,62)	\$ (2.302,47)	\$ (3.197,36)
Impuesto Renta		\$ -	\$ (14.534,95)	\$ (1.936,26)	\$ (2.870,41)	\$ (3.986,04)
Inversiones						
Terreno	\$ 45.000,00					
Estructura	\$ 3.960,00					
Sistema Operativo	\$ 22.000,00					
Muebles y Enseres	\$ 230,00					
Equipos de Oficina	\$ 400,00					
Iluminación	\$ 2.000,00					
Capital de trabajo	\$ 650,00					
Activo Diferido						
Gastos de Constitución	\$ 2.000,00					
	\$ 76.240,00					
Flujo de Caja No Operacional		\$ (1.843,24)	\$ (30.952,85)	\$ (8.691,51)	\$ (9.981,69)	\$ (11.531,40)
Flujo de Caja Neto		\$ 73.910,77	\$ (16.717,26)	\$ 10.528,89	\$ 14.743,84	\$ 19.272,51

Propuesta para la Implementación de una Tarabita en Bellavista - Guayaquil

		Tasa Interna de Retorno					
		1	2	3	4	5	
Flujo de Caja							
Operacional	\$	(76.240,00)	\$ 75.754,01	\$ 14.235,59	\$ 19.220,40	\$ 24.725,53	\$ 30.803,91
15% trabajadores				\$ (10.687,47)	\$ (1.485,62)	\$ (2.302,47)	\$ (3.197,36)
Impuesto a la Renta				\$ (14.534,95)	\$ (1.936,26)	\$ (2.870,41)	\$ (3.986,04)
Valor de Recuperación							\$ 53.815,69
Activo fijo							\$ 52.178,40
capital de trabajo							\$ 1.637,29
	\$	(76.240,00)	\$ 75.754,01	\$ (10.986,83)	\$ 15.798,51	\$ 19.552,66	\$ 77.436,21
TIR del proyecto							37,79%

Propuesta para la Implementación de una Tarabita en Bellavista - Guayaquil

		Tasa Interna de Retorno del Inversionista					
		1	2	3	4	5	
Flujo de Caja Neto	\$	(60.000,00)	\$ 73.910,77	\$ (16.717,26)	\$ 10.528,89	\$ 14.743,84	\$ 19.272,51
Valor de Recuperación							\$ 53.815,69
Activo fijo							\$ 52.178,40
capital de trabajo							\$ 1.637,29
TIRI del proyecto	\$	(60.000,00)	\$ 73.910,77	\$ (16.717,26)	\$ 10.528,89	\$ 14.743,84	\$ 73.088,20
		46,56%					

Propuesta para la Implementación de una Tarabita en Bellavista - Guayaquil

		Valor Actual Neto										
Valores	\$	(76.240,00)	\$	75.754,01	\$	(10.986,83)	\$	15.798,51	\$	19.552,66	\$	74.898,81
Valor Actual Neto												\$ 98.128,35
VAN del inversionista												\$ 51.689,75

TMAR: Tasa libre de riesgo Primer NY + 2(Rendimiento del mercado bursátil – Tasa libre de riesgo)

	3%	Bonos de EEUU
	7,5%	Ecuador
	2	beta (riesgo)
TMAR	11,75%	

ANÁLISIS FINANCIERO

Este proyecto dentro de la evaluación financiera mostro el gran potencial que tiene si se lleva a cabo tanto como proyecto personal como esta planteado en este estudio o si la Alcaldía lo implementa como parte de su regeneración urbana. La ubicación disminuye los gastos ya que se cuenta con calles y vías de acceso sin necesidad de incurrir en ese gasto. Sin embargo los terrenos en Bellavistas tienen un precio elevado, dándole como base \$45,000 a recuperar.

Después de desarrollar el proyecto se pudieron obtener algunos resultados que parecen respaldar desde el punto de vista financiero al proyecto. Podemos notar que con una postura no tan ambiciosa, se puede conseguir un rendimiento del dinero invertido muy interesante. Para empezar, tenemos que analizar el primer año por separado de los otros 4 del proyecto ya que en el mismo se puede notar un flujo de caja positivo, desde el primer mes hasta el ultimo, esto se produce ya que por ser un proyecto turístico tiene un ciclo de vida distinto a los demás, y el mayor ingreso se va a dar durante el primer año, donde la cantidad de personas que acudan a la Tarabita será mucha más de la que se presenta en los siguientes años. En el primer mes empieza con un ingreso de más de \$11,000 mientras que se cierra Diciembre con menos de \$5,000, ya que se cree que el interés del mercado objetivo va a bajar después de los 5 primeros meses, dejando como de fuerte movimiento Noviembre con un feriado de 2 días donde se aprecia un volumen de caja mayor a 3,000.

El hecho de que la utilidad neta proyectada en el Estado de Resultados supere los \$42,823.06 en el primer año y se acerque a los \$18,247.64 en el quinto año habla de la cantidad importante de dinero que se puede obtener en un proyecto con unas consecuencias tan positivas para la regeneración urbana de la ciudad, con esto se acentúa más la idea de que el turismo siempre paga bien, al menos en Guayaquil no va a faltar gente que la visite ni sus habitantes van a dejar de recorrerla.

En lo que respecta al rendimiento del proyecto, éste está expresado con la tasa interna de retorno, la cual refleja una buena respuesta en cuanto al valor invertido para desarrollar el proyecto. Un 45.26% es una buena razón por la cual invertir, es alta pero acorde a la inversión total, especialmente si se tiene en consideración la magnitud del mercado objetivo. Un 68.43% es alta en cuanto al capital social de la compañía o lo invertido directamente por el propietario. Un rendimiento elevado nos deja como mensaje que aunque los gastos aumentasen o los usuarios no estén dispuestos a pagar los \$3,00 del boleto, el rendimiento sería todavía muy interesante, razón por la cual el proyecto está cubierto de cualquier gasto inesperado.

Finalmente un Valor actual neto de \$61,557.11 es atractivo para un proyecto que no requiere de mayor mano de obra, pero si de una fuerte inversión. Se espera recuperar la inversión al término del segundo año.

CONCLUSIONES

En conclusión, los objetivos específicos del proyecto fueron cubiertos por este estudio, dando como resultado un ambiente seguro y próspero. Estos resultados se detallan a continuación:

El Análisis del entorno mostró que a pesar de los pequeños conflictos internos Guayaquil cuenta con una política estable y de crecimiento. En lo económico cuenta con un crecimiento enorme en comparación con las demás provincias, siendo predilecto para invertir. Lo social se puede mitigar junto con las brigadas de policías que custodian la zona y la guardianía privada que se ha contratado.

El breve estudio de mercado determino que no existe competencia directa, pero se identificaron los posibles competidores indirectos locales y nacionales como la Tarabita de Guano. La necesidad de este proyecto se identificó a través de una encuesta, donde se propuso este tipo de atracciones para terminar con la monotonía de la ciudad, dándonos un mercado objetivo muy amplio con 810,317 habitantes de entre 14-34 años de los cuales se quiere alcanzar el 4,23% con el Plan de Ventas.

Las Estrategias de Mercado propuestas en este estudio son claras y precisas para alcanzar las ventas propuestas, primero se enfoca en darle al establecer la necesidad del producto para cubrir la insatisfacción en la diversidad de actividades y las emociones de adrenalina y vértigo. El servicio es un paseo aéreo de 6 minutos a una altura de 80 metros. El color naranja, slogan, y demás también fueron establecidos con el fin de atraer más visitantes. La estrategia de promoción se aplicara solo en diarios locales y se invertirá \$3,600 por año.

La parte legal fue imprescindible, el Estudio hecho por estudiantes de la ESPOl permitieron conocer cual es el camino a seguir para que un proyecto de esta magnitud opere sin dificultad en la ciudad. Como parte del estudio se definió que el tipo de organización es lineal, ya que el propietario será quien defina turnos, funciones y actividades a realizar, siempre contando con el aval de una persona

de Legal como asesoría. Se pensó importante incluir a una persona de ventas para realizar contactos con las escuelas de la ciudad y ofrecer promociones a grupos grandes de niños, sin embargo estos niños no son parte del mercado objetivo.

Determinar la ingeniería del proyecto fue uno de los principales obstáculos pero gracias a la guía de un Ingeniero Mecánico autor del Teleférico de Guano, se logró conocer el funcionamiento, las partes y el mantenimiento de este sistema de transporte.

En la parte financiera, se ha demostrado que el rendimiento del proyecto con respecto a la inversión es muy bueno. Claro la debilidad es que a partir del segundo año estos ingresos van a disminuir considerablemente, sin embargo el tercer año se verán repuntes considerando que los habitantes repetirán la experiencia, sea con la misma familia o con amigos, como es el caso del Malecón Simón Bolívar donde por lo menos un Guayaquileño promedio lo ha visitado de dos a 3 veces en un año. Pero el objetivo general del proyecto siempre fue aportar a la regeneración urbana de la ciudad y no tiene un tinte personal por lo que el ingreso es suficiente para cualquier inversionista sea privado o público en el caso de que la Alcaldía de Guayaquil sea quien decida implementarlo.

Las personas encuestadas siempre mostraron interés en esta propuesta, usando como posibilidad una mejora para el estilo de vida de los ciudadanos y tal vez en un futuro dándole el giro que necesita volviéndola más arriesgada al invertir en proyecto como parques de diversiones con montañas rusas de categoría mundial, esta es una nueva forma de hacer dinero en el mundo, se invierten millones de dólares en poner un parque temático pero el resultado es muy positivo convirtiendo a esas ciudades en centros de diversión mundial como es el caso de Orlando.

Guayaquil debe ser promovida como lo que es una cosmopolita de nivel mundial y espero con este proyecto que la visión de la ciudad sin nada nuevo que

hacer cambio, dándole el impulso que necesita promoviendo la inversión internacional y que el grado de turismo aumente cada año.

RECOMENDACIONES

A pesar de contar con un buen estado financiero, la primera recomendación es dirigir el proyecto a un mercado más amplio como es el de los niños, quienes están incluidos en la estrategia de mercado como parte de las alianzas de mercado, sin embargo no son un ingreso contablemente en las ventas, sino más bien un ingreso extra para el proyecto. Así mismo los extranjeros se convertirían en un rubro extra ya que no fueron tomados en cuenta para las ventas proyectadas. Ellos son un fuerte ingreso para la ciudad al cual se puede apuntar si se desea cubrir un mercado más extenso que el propuesto en este estudio.

Este proyecto contempla la regeneración urbana como su objetivo general, por lo tanto este estudio es una recomendación para el Alcalde de la ciudad, el cual podría desarrollar el proyecto para sumar valor a la ciudad de Guayaquil.

SUMMARY

The skyline (Tarabita) is a project that puts into consideration the proposal to implement a flightseeing in Bellavista, an area with hills, in the city of Guayaquil. A (it is a primitive cable car, which was used in antiquity for access to mountainous areas or cross from one end to another in someEcuadorians village. Count with a chair or basket subject to a cable by means of a pulley using an engine as a propellant. In recent years have been reactivated to tourism and it is in that way that it became clear the opportunity to develop this idea in the city of Guayaquil.

First it was necessary to identify the need for this project in the citizenship, which resulted in the lack of places for recreation, where you can convey the emotions of adrenaline and adventure seeking passionately the Coastal.The market study revealed that are people between 16 and 34 years, which enjoy more of this service, and they are the target market.With a total of 810.317 inhabitants of between those ages is regarded as a huge market with attractive, for this reason the sales Plan is focused to cover with the 4.23 % of the total and as well obtain income in the \$102.780 during the first year.As a strategy was imposed a price of \$3.00 but only for the start of the project, where you can exploit more curiosity and anxiety of persons, But for the second year, the price will be \$2.00 in order to obtain significant gains and maintain the interest of the public.

Second, carried out the identification of the type of organization and the legal aspect, being a project of low-labor force, will have a linear organization where the owner is the person who manages and administers the functions and activities of your staff.In legal terms was investigated all processing required for the operation, as well as the permissions that the Town Hall and the fire brigade are granted.Third, the engineering of the project is the paragraph which explains in detail each part of the skyline and how they work as a whole. This count with a simple mechanism, a cabin is moved through a cable, is at your time is driven by an engine with a pulley. Can carry up to 8 people, but for security reasons will be maximum 6.Its location is Bellavista in the south-west of the city, measuring about 80 meters high; in length are 600 meters long.Such research is needed in order to

determine the costs and expenses of pre-operation, post-operation, and maintenance of the project. The marketing expenses were calculated speculating that the project would have the follow-up to the media without being necessary to invest too much money on something and then adjusted an average of \$3,600 for each year in promotions and publications in the written press.

In the financial aspect, the total investment is \$73,490.00 which is retrieved by the end of the second year. After developing the economic and financial evaluation, the project showed an IRR of 45.26 % very positive for a tourism project, and a range (VAN) from \$61,557.11 what as a whole represents a profitable project. We need to emphasize that what is being sought with this study is simply propose the implementation of a Skyline that contribution to urban regeneration in the city of Guayaquil, Its economic performance are a sample of this project is feasible and to be made would generate significant income for the owner or the City Hall.

In conclusion, the Skyline showed to be an innovative project, concise and accurate, and it adapts to the needs of the inhabitants of Guayaquil, which they are willing to pay the price and repeat the experience. It was recommended that the expansion of the market for which is already addressed so their income will increase considerably, however their marketing expenses also. In summary is an opportunity for improvement in the city.

SOMMAIRE

La Tarabita est un projet qui met en considération la mise en oeuvre d'une promenade aérienne en Bellavista, une zone avec des collines, dans la ville de Guayaquil. Une Tarabita est un primitif téléphérique, qui a été utilisé dans l'antiquité pour accéder à des zones montagneuses ou croiser d'une extrémité à à un autre dans quelques peuples équatoriens. Compte avec une chaise ou panier soumis à un câble au moyen d'une poulie en employant un moteur comme propulseur. Durant les dernières années ils ont été réactivés pour le tourisme et est de cette manière qu'on démontre l'occasion claire de développer cette idée dans la ville de Guayaquil.

Premier il a été nécessaire d'identifier la nécessité de ce projet dans la citoyenneté, ce qui a donné comme résultat le manque de lieux de récréation, où on puisse transmettre les émotions aventure et adrénaline qui cherchent passionnément les Guayaquileños. L'étude de marché a révélé qu'ils sont les personnes parmi 16 et 34 années ceux qui jouissent plus de de ce service, et sont le marché objectif. Avec un total de 810.317 habitants parmi ces âges il est considéré comme un marché très vaste et attrayant, pour cette raison le Plan de Ventas est focalisé à couvrir avec 4.23% du total et ainsi obtenir une recette de du \$102.780 pendant la première année. Comme stratégie on a imposé un prix de de \$3.00 mais seulement pour le début du projet, où il peut être explosé plus la curiosité et novelería des personnes. Mais pour la seconde année le prix sera de de \$2.00 afin d'obtenir des profits considérables et de maintenir l'intérêt du public.

Deuxièmement, on mène à bien l'identification du type d'organisation et l'aspect légal, étant un projet de peu de main d'oeuvre aura une organisation linéaire, où le propriétaire est celui qui dirige et administre les fonctions et les activités du personnel à sa charge. Dans ce qui est légal on a fait des recherches sur toute démarche requise pour le fonctionnement, ainsi que les autorisations que le Majeurat et le corps de pompiers accordent. Tiers, l'ingénierie du projet est le paragraphe où on explique à détail chaque partie de la Tarabita et comme ils fonctionnent dans l'ensemble. Compte avec un mécanisme simple, une carlingue

est transféré à travers un câble, celle-ci à son tour est poussée par un moteur avec une poulie. Peut porter jusqu'à 8 personnes mais pour des motifs de sécurité seront maximal 6. Sa Situation est Bellavista dans le sud-ouest de la ville, il mesure quelque 80 mètres de hauteur approximativement et de longueur ils sont 600 mètres. Cette recherche est nécessaire de déterminer les frais et les coûts pré-opération, post-opération et maintien du projet. Les frais en marketing ont été calculés en spéculant que le projet aurait le suivi des moyens sans être nécessaire d'investir trop d'argent dans ceci et on adapte une moyenne de de \$3.600 pour chaque année dans des promotions et des publications dans la presse écrite.

Dans l'aspect financier, l'investissement total est de de \$73.490, 00 lesquels sont récupérés à la fin de la seconde année. Après avoir élaboré l'évaluation économique et financière, le projet a montré une TIR de de 45.26% très positive pour un projet touristique, et un VONT de de \$61.557, 11 ce qui dans l'ensemble représente un projet rentable. Il faut faire emphase dans laquelle ce qui est cherché avec cette étude est simplement de proposer la mise en oeuvre d'une Tarabita qu'il apporte avec la régénération urbaine de la ville de Guayaquil, ses résultats économiques sont un échantillon dont ce projet est possible et d'être effectué il produirait des recettes considérables pour le propriétaire ou le Mayorat.

En conclusion la Tarabita a montré être un projet innovateur, concis et précis, il s'adapte aux nécessités des habitants de Guayaquil, lesquels sont disposés à payer son prix et à répéter l'expérience. En conclusion la Tarabita a montré être un un projet innovateur, concis et précis, il s' adaptez aux nécessités des habitants de Guayaquil, lesquels sont disposés à payer son prix et à répéter l' expérience.

RESUMEN

La Tarabita es un proyecto que pone en consideración la propuesta de que se implemente un paseo aéreo en Bellavista, una zona con cerros, en la ciudad de Guayaquil. Una Tarabita es un primitivo teleférico, que fue usado en la antigüedad para acceder a zonas montañosas o cruzar de un extremo a otro en algunos pueblos ecuatorianos. Cuenta con una silla o canasta sujeta a un cable por medio de una polea empleando un motor como propulsor. En los últimos años han sido reactivados para el turismo y es de esa forma que se evidencio la clara oportunidad de desarrollar esta idea en la ciudad de Guayaquil.

Primero fue necesario identificar la necesidad de este proyecto en la ciudadanía, lo que dio como resultado la falta de lugares de recreación, donde se pueda transmitir las emociones de aventura y adrenalina que buscan apasionadamente los Guayaquileños. El estudio de mercado reveló que son las personas de entre 16 y 34 años los que disfrutan más de este servicio, y son ellos el mercado objetivo. Con un total de 810,317 habitantes de entre esas edades se considera como un mercado muy amplio y atractivo, por esta razón el Plan de Ventas está enfocado a cubrir con el 4,23% del total y así obtener un ingreso del \$102,780 durante el primer año. Como estrategia se impuso un precio de \$3,00 pero solo para el inicio del proyecto, donde se puede explotar más la curiosidad y novelería de las personas. Pero para el segundo año el precio será de \$2,00 con el fin de obtener ganancias considerables y de mantener el interés del público.

Segundo, se llevo a cabo la identificación del tipo de organización y el aspecto legal, siendo un proyecto de poca mano de obra tendrá una organización lineal, donde el propietario es quien dirige y administra las funciones y actividades del personal a su cargo. En lo legal se investigó todo trámite requerido para el funcionamiento, así como los permisos que la Alcaldía y el cuerpo de bomberos otorgan. Tercero, la ingeniería del proyecto es el apartado donde se explica a detalle cada parte de la Tarabita y como funcionan en conjunto. Cuenta con un mecanismo simple, una cabina se traslada a través de un cable, esta a su vez es empujada por un motor con una polea. Puede llevar hasta 8 personas pero por

motivos de seguridad serán máximo 6. Su Ubicación es Bellavista en el sur-oeste de la ciudad, mide unos 80 metros de alto aproximadamente y de largo son 600 metros. Esta investigación es necesaria a fin de determinar los gastos y costos de pre-operación, pos-operación y mantenimiento del proyecto. Los gastos en marketing se calcularon especulando que el proyecto tendría el seguimiento de los medios sin ser necesario invertir demasiado dinero en esto y se ajustó un promedio de \$3.600 para cada año en promociones y publicaciones en la prensa escrita.

En el aspecto financiero, la inversión total es de \$73.490,00 los cuales se recuperan a finales del segundo año. Después de elaborar la evaluación económica y financiera, el proyecto mostró una TIR del 45,26% muy positiva para un proyecto turístico, y un VAN de \$61.557,11 lo que en conjunto representa un proyecto rentable. Hay que hacer énfasis en que lo que se busca con este estudio es simplemente proponer la implementación de una Tarabita que aporte con la regeneración urbana de la ciudad de Guayaquil, sus resultados económicos son una muestra de que este proyecto es factible y de realizarse generaría ingresos considerables para el propietario o la Alcaldía.

En conclusión la Tarabita mostró ser un proyecto innovador, conciso y preciso, se adapta a las necesidades de los habitantes de Guayaquil, los cuales están dispuestos a pagar su precio y repetir la experiencia. Se recomendó que se amplíe el mercado al cual esta dirigido ya que así sus ingresos aumentarán considerablemente sin embargo sus gastos en marketing también.

BIBLIOGRAFÍAS

- Datos Generales Guayaquil. Tesis ESPOL. 2004
<http://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/607/1/1134.pdf>
- Población de Guano. Enciclopedia Wikipedia
[http://es.wikipedia.org/wiki/Guano_\(cant%C3%B3n\)](http://es.wikipedia.org/wiki/Guano_(cant%C3%B3n))
- Teleférico de Guano. Página oficial del proyecto
<http://telefericodeguano.comeze.com/index1.php?pagina=ubicacion>
- Teleférico de Guano. Municipio de Guano
<http://www.municipiobanos.gob.ec/>
- Inversión del Gobierno en el turismo. Página Ecuador invierte
<http://www.ecuadorinvierte.com/bolsa-de-quito/desempleo-disminuyo-21-en-marzo-segun-el-inec>
- Tipos de Empresa. Enciclopedia Wikipedia
http://es.wikipedia.org/wiki/Empresa_individual
- Permisos Legales. ESPOL. Junio 2006
www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/.../12.-%20CAPÍTULO%203.doc
- Generalidades de Guayaquil. Enciclopedia Wikipedia.
<http://es.wikipedia.org/wiki/Guayaquil>
- Construcción de Teleférico. Monografías Página Aruba
<http://www.arquba.com/monografias-de-arquitectura/teleferico/>
- Diseño del Teleférico. Escuela Politécnica del Ejército. Ingreso Junio 2007
<http://www3.espe.edu.ec:8700/handle/21000/1563>
- Criterios para el Diseño de un Teleférico. Centro de investigaciones. CEINCI. (2007)

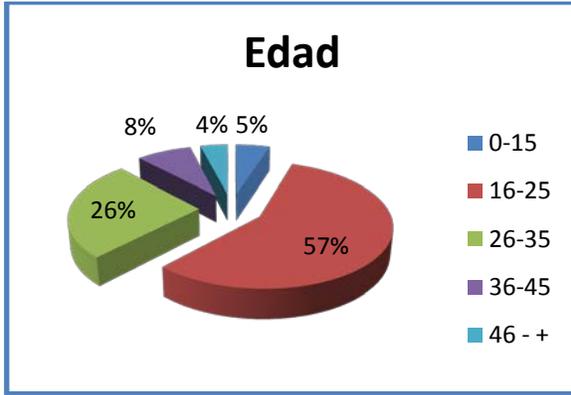
http://www.espe.edu.ec/portal/files/sitiocongreso/congreso/2007/C_TIERRA/DCT12.pdf

- Estudio de Factibilidad de Teleférico. Universidad Austral de Chile. 2005
<http://cybertesis.uach.cl/tesis/uach/2005/bmfcir924e/doc/bmfcir924e.pdf>
- Estrategias de Marketing. Gabriel Olamendi. Página Esto es Marketing. Agosto 2006
<http://www.estoesmarketing.com/Estrategias/Posicionamiento.pdf>
- Gatos Publicitarios. Diario El universo. 2011
http://www.eluniverso.com/publicidad/publicidadImpresa_primera.htm
- Turismo en el Ecuador. Ministerio de Turismo. Mayo 2011
http://www.turismo.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=3579:el-desarrollo-del-turismo-no-depende-de-los-casinos-&catid=19:noticias-al-d&Itemid=151
- División de la Población del Ecuador. Samanta Caraguay. 2010
<http://www.slideshare.net/samysish/poblacion-ecuatoriana-2872280>

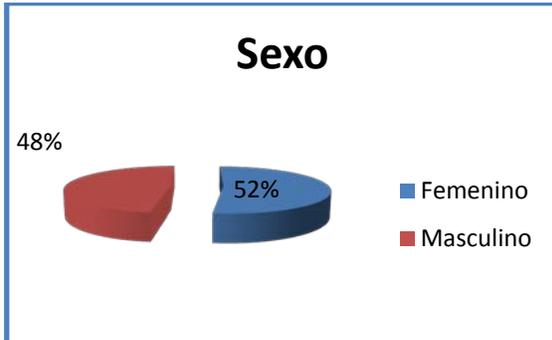
Anexo 1

Encuesta Para identificar la Necesidad del Proyecto

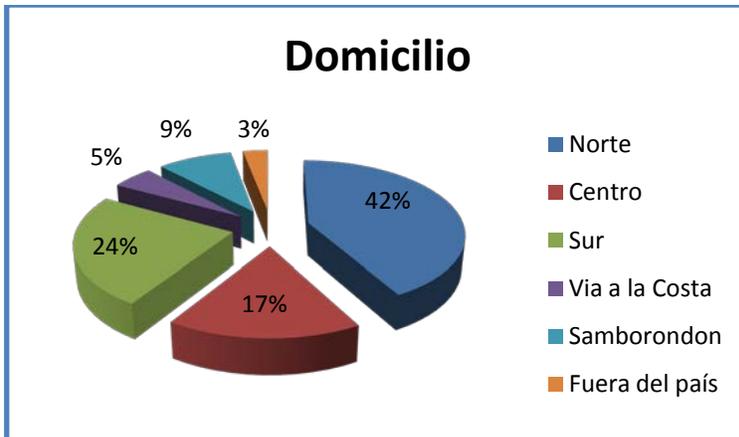
1. Edad



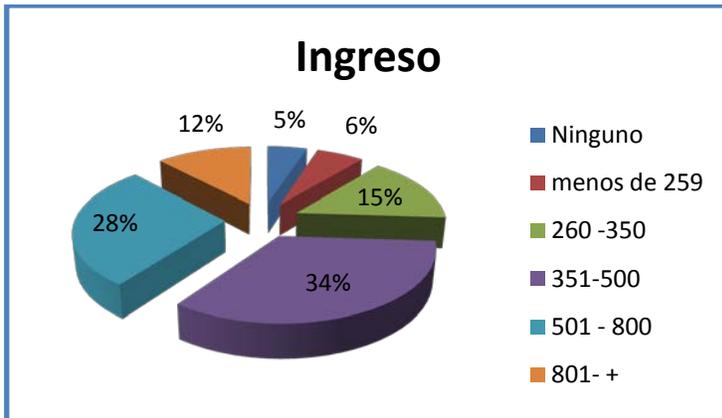
2. Sexo



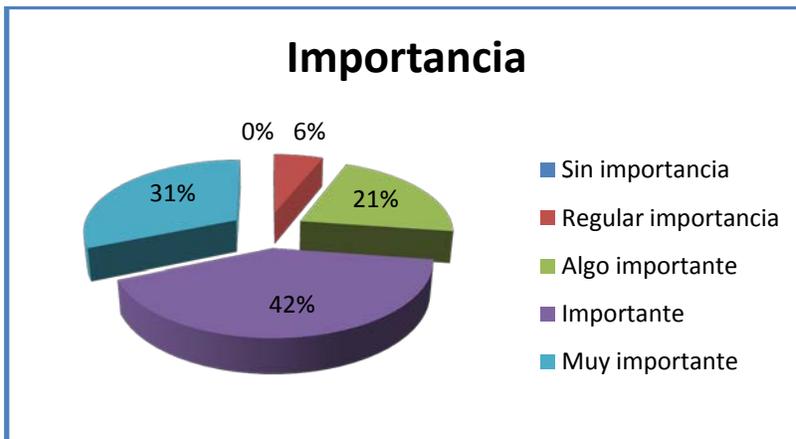
3. Domicilio



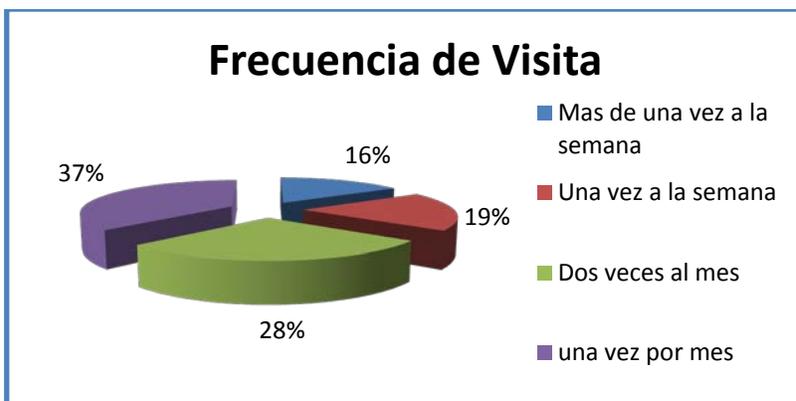
4. Nivel de Ingreso



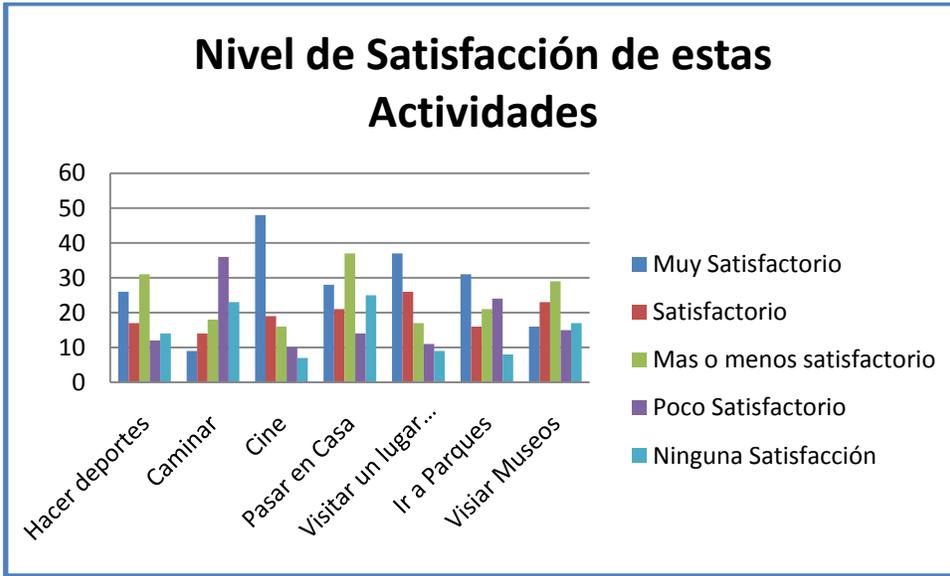
5. Considera importante compartir tiempo en familia



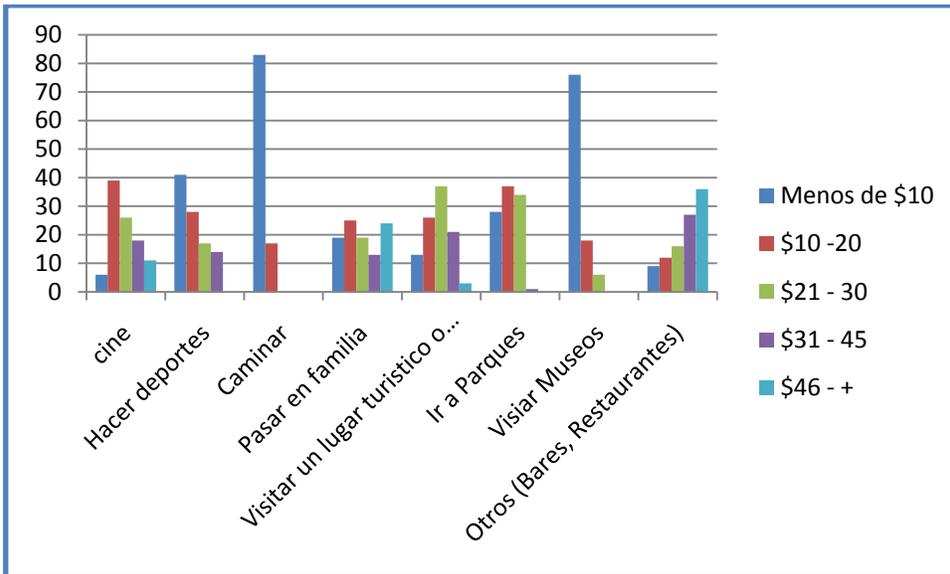
6. Cual es su frecuencia de visita



7. Cual es su nivel de satisfacción con las siguientes actividades:



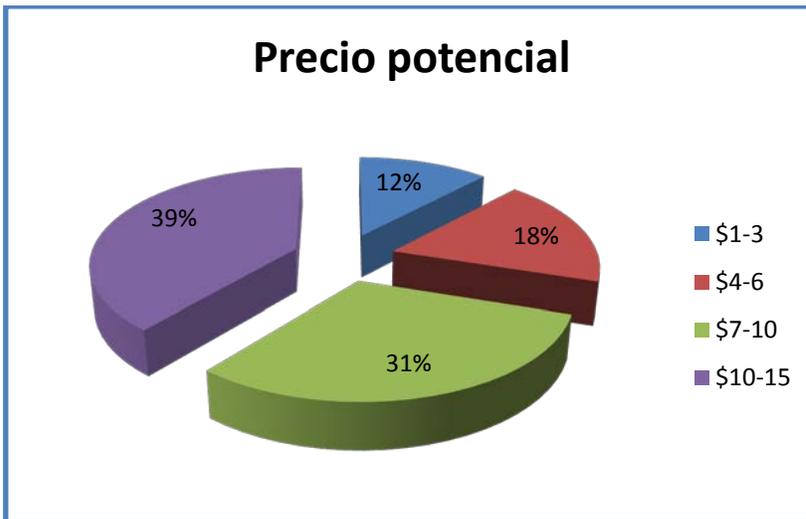
8. Cual es su gasto promedio en estas actividades



9. Esta satisfecho con las opciones que existen en la ciudad



10. Cuanto estaría dispuesto a pagar por realizar otra actividad



Anexo 2

Entrevista al Ing. José Luis Álvarez creador del Teleférico de Guano

1. ¿Quién realizó el proyecto del teleférico de Guano?

Este proyecto fue desarrollado solo por mí, con la ayuda de mi familia, el primer paso fue elaborar el plano, segundo conseguir los permisos en la alcaldía, tercero la construcción de las bases y de la estructura, cuarto las pruebas y comprobación del mismo, quinto el funcionamiento del proyecto.

2. ¿De cuánto fue el monto de la inversión?

En mi caso primero tuve que comprar los terrenos donde iban a estar las bases y de donde partiría el teleférico, y después fue la inversión en el acero, hierro, cables, motor y estructura del proyecto. En total se invirtió \$45,000 que se descomponen en terrenos \$15,000 y el proyecto en sí \$30,000.

3. ¿Cuál es la distancia de un extremo al otro del Teleférico?

El paseo consiste en 420 metros de largo y de alto 160 metros, pasa por encima de una pequeña zona boscosa.

4. ¿Cuál es el mantenimiento que le da? Y ¿cada cuánto tiempo lo hace?

El mantenimiento del motor que hace que se mueva el teleférico se lo realiza todas las semanas ya que es un motor de una Toyota 2000, se lo trata igual que si fuera un auto donde se revisa el agua, la batería, aceite, filtros, carburador tal como si se tratara de un auto.

En cambio los cables tienen una vida útil de 12 años pero por seguridad se lo cambia cada 8 años, a estos cables se los engrasa todas las semanas con aceite para que pueda rodar con facilidad y el cable dure lo que debería.

5. ¿Cual es el funcionamiento del Teleférico?

El funcionamiento es fácil, cualquier persona lo puede manejar, solo consiste en una palanca con la cual se va en primera como en un carro y eso provoca que los cables se muevan con una polea, para el regreso es igual solo que en reversa como si se tratara de la conducción de un auto.

En la parte superior el cable que sujeta todo el armazón es de acero y de un grosor 1 pulgada es el mismo que se usa para la construcción de puentes, este cable es totalmente rígido.

En la parte de abajo del armazón se encuentra un cable más fino y flexible que le permite la movilidad del teleférico junto con la polea que desliza la cabina con rapidez.

Todos estos cables están atados de manera manual a los postes contruidos para este propósito, son estos pilotes los que aguantan el peso de los cables y de las personas. Estos tienen la característica de estar enterrados 2 metros y 2 metros son los que se ven. Aparte hay uno que ayuda a templar el cable de acero.

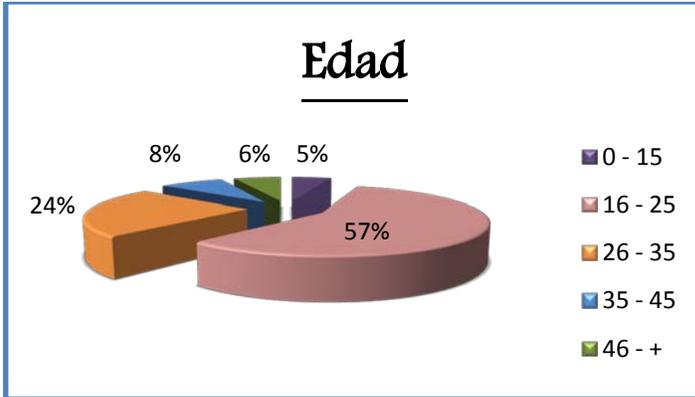
6. ¿Que lo motivo para invertir en este proyecto?

Realmente mi familia, pasar más tiempo con ellos y gozar de mi propio negocio, fue una inversión fuerte pero la recuperé en 3 años, lo que me permite ahora elaborar un plan de expansión, en un año espero poder hacer a este teleférico más largo y llegar a los 800 metros, lo cual es lo máximo permitido sin tener que construir un poste en el medio que le de soporte lo cual sería muy costo

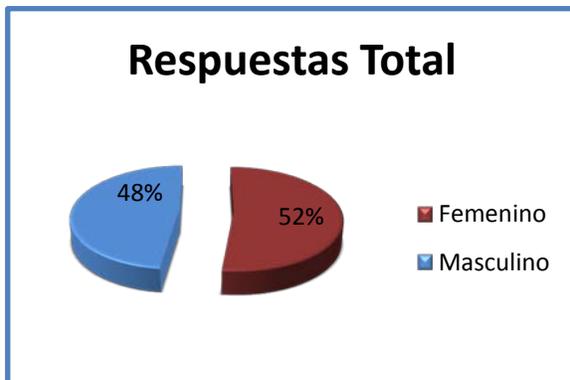
ANEXO 3

Resultados de la Encuesta

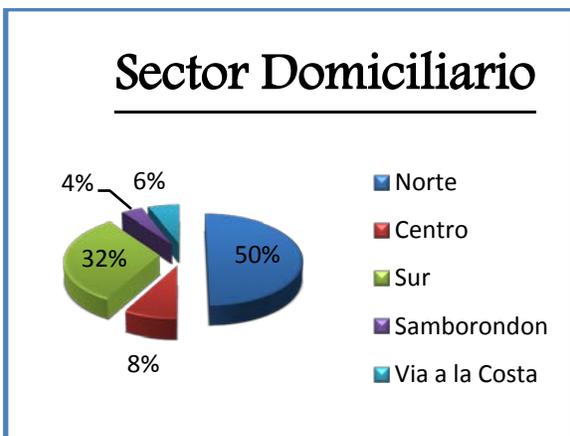
1. Edad



2. Sexo



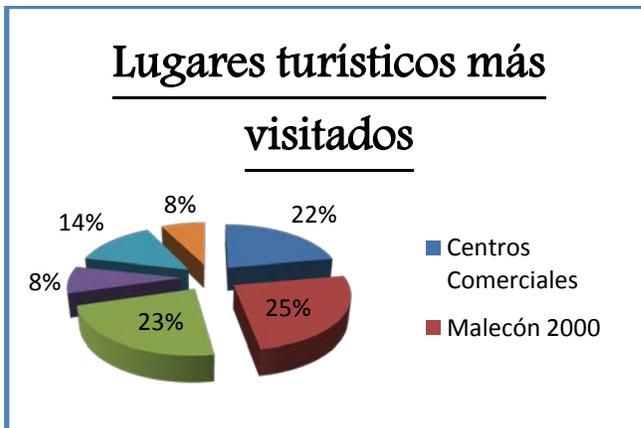
3. Sector donde vive



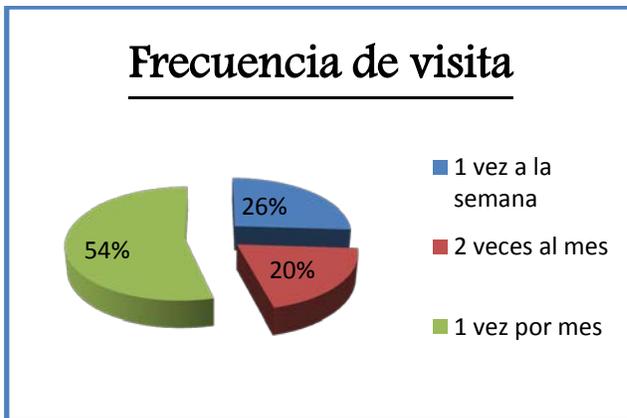
4. Considera que Guayaquil es una ciudad Turística



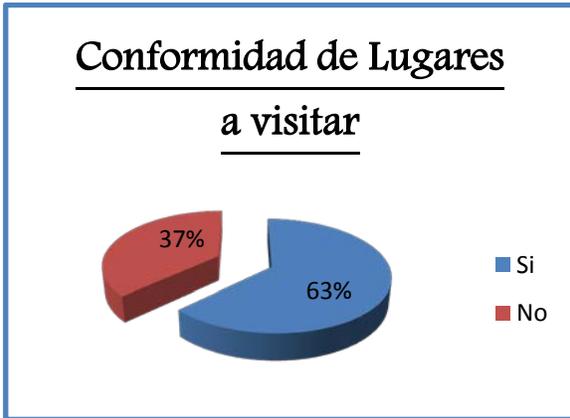
5. Qué lugar disfruta de visitar más



6. Con que frecuencia



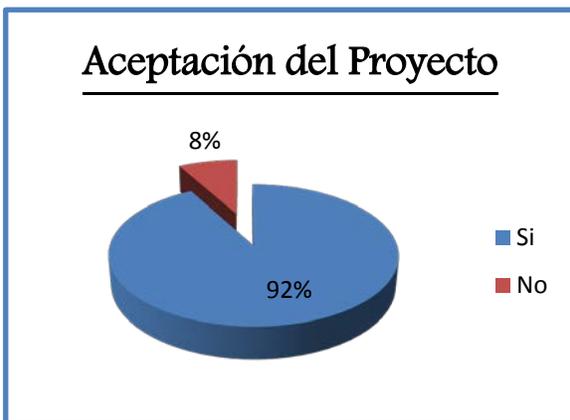
7. Esta conforme con la cantidad de lugares a visitar



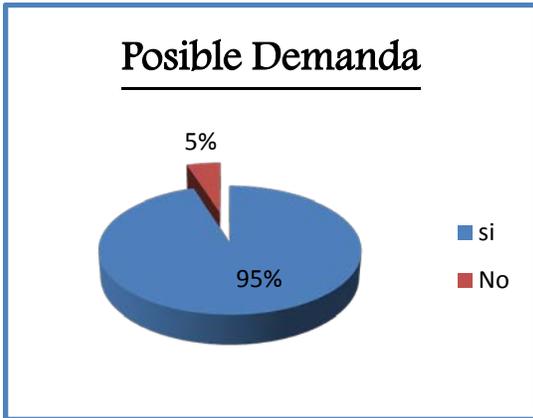
8. Esta familiarizado con las Tarabitas



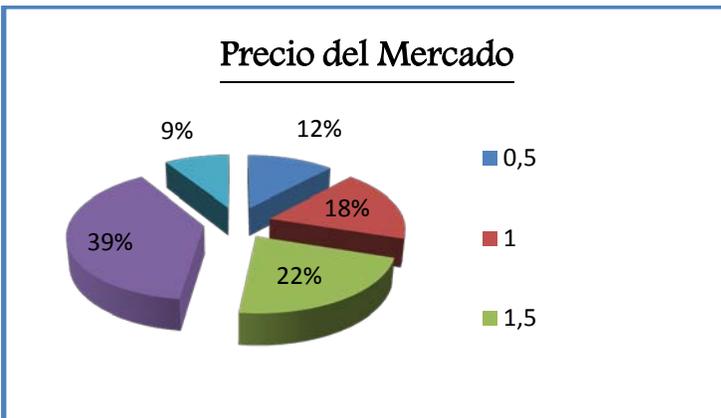
9. Le gustaría que Guayaquil cuente con una Tarabita



10. Haría uso de la Tarabita alguna vez



11. Cual sería el precio que le pondría a este servicio



12. Cree que beneficiaría turísticamente a la ciudad

