



FACULTAD DE HOTELERÍA Y TURISMO

ECUADOR UN DESTINO PARA CASARSE

“Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras”

Profesor Guía

William Aguas

Autora

María Isabel Macías Fernández

Año

2014

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante María Isabel Macías Fernández, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

William Aguas

Licenciado en Turismo

C.I. 1717304800

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones que protegen los derechos de autor vigentes.”

María Isabel Macías Fernández

CI: 1712759517

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a todas las personas que me apoyaron y compartieron su conocimiento y sabiduría para cumplir con esta meta y culminar otra etapa de mi vida. A mi tutor y correctora quienes me guiaron y aconsejaron de la mejor manera para finalizar este proyecto. Agradezco también a mi familia por motivar, guiar, y darme su cariño y sobre todo por creer en mí.

DEDICATORIA

Dedico este proyecto a mis padres que me han brindado la mejor herencia que un hijo puede recibir que son los estudios. A Dios por guiarme en todo los momentos de mi vida. A mi hermana por su apoyo incondicional en esta etapa de mi vida. A mis primas que con su apoyo para culminar con este trabajo. A mi novio por su apoyo incondicional. Agradezco a mis amigos y profesores más cercanos quienes siempre me han apoyado a lo largo de la carrera los mismos que se han convertido en parte de mi familia y me han acompañado durante toda mi vida.

RESUMEN

La presente investigación pretende determinar la factibilidad para la realización de celebraciones y eventos relacionados en el segmento de turismo de romance incluyendo despedida de solteros, lunas de miel y bodas, con el fin de posicionar al Ecuador como un destino para casarse. Se analizó la situación general del turismo de eventos y congresos dentro del Ecuador, y se realizó una investigación de mercado a las empresas que venden este tipo de paquetes en la actualidad para conocer la oferta dentro del país.

Una de las herramientas utilizadas para la investigación y análisis comparativo de la planta turística existente en el Ecuador fue PLANDETUR 2020, en el cuál se pudo encontrar cuadros comparativos, estadísticas y proyecciones a largo plazo para poder añadir esta rama de turismo en la planta turística. PIMTE 2014, otra herramienta utilizada para tener una visión de manera global de cómo se pretenden vender las líneas de turismo y los productos estrella existentes en el Ecuador.

Posterior a la investigación de mercado se identificó la inexistencia del turismo de romance dentro de la planta turística ecuatoriana; existen únicamente empresas que ofrecen servicios individuales.

Finalmente, en base a estas líneas de acción, investigación y análisis correspondientes, se creará un plan estratégico de negocios que englobará los destinos más importantes del Ecuador y recursos naturales, siendo parte de la creación de paquetes y servicios turísticos adicionales, que serán promocionados por medio de una agencia de viajes dual.

ABSTRACT

The present research aims to determine the feasibility of creating celebrations and events in the romance tourism segment including celebrations like honeymoons, bachelorette parties and weddings, in order to choose and positioning Ecuador as a destination to get married. We analyzed the overall situation of tourism events and conferences within Ecuador and performed market research companies that sell such packages, to know the existent market in Ecuador.

One of the tools used for research and comparative analysis of the existing tourist facilities in Ecuador was PLANDETUR 2020, in which we could find comparison charts, statistics and long-term projections in order to add this branch of tourism to the internal tourism classifications. PIMTE 2014, another document used, which provided a global insight marketing strategies of selling existing tourism products in Ecuador.

After the research we identified the lack of the romance tourism market in Ecuador; although in the country there only exists companies that offer individual services.

Finally, based on these lines of action, research and investigation results, we created a strategic business plan that include the most important destinations of Ecuador, as part of the package and additional tourist services, which will be promoted by a travel agency tour operator.

ÍNDICE

1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO	1
1.1 Turismo	1
1.1.1 Concepto.....	1
1.2 Turismo Alternativo	2
1.2.1 Concepto.....	2
1.3 Turismo De Congresos, Reuniones y Eventos.....	3
1.3.1 Concepto.....	3
1.4 Turismo de Romance	3
1.4.1 Concepto.....	3
1.5 Caracterización del Área de Estudio	6
1.5.1 Caracterización Del País	6
1.5.1.1 Ubicación.....	6
1.5.1.2 Relieve.....	6
1.5.1.3 Clima.....	6
1.5.2 Ecuador Mega Diverso	7
1.5.2.1 Biodiversidad Por Mundos	8
1.5.3 Datos Sobre El Patrimonio De La Humanidad (Los Que Permiten Al Ecuador Ser Un País Único y Reconocido A Nivel Mundial).....	9
1.5.4 Caracterización Sociocultural	9
1.5.4.1 Demografía.....	9
1.5.5 Los Cuatro Mundos Turísticos Del Ecuador	11
1.5.5.1 Situación Del Sector Turístico En El Ecuador	12
1.5.5.2 Situación Del Turismo Por Mundo.....	13
1.5.6 Perfil Del Turista Ecuatoriano	16
1.6 Turismo de Congresos Y Eventos Dentro Del Ecuador	19
1.7 Turismo de Romance Dentro Del Ecuador.....	22
1.8 Agencias de Viaje	25
1.8.1 Definición	25

1.8.1.1 Clasificación De Las Agencias De Viaje	26
1.8.1.1.1 Agencia De Viajes Dual	27
1.8.1.1.1.1 Actividades.....	27
2. CAPÍTULO II. PLAN DE NEGOCIOS.....	29
2.1 Concepto Y Naturaleza De La Agencia De Viajes Dual	
“Bodas & Eventos En La Mitad Del Mundo”	29
2.1.1 Resumen Ejecutivo	29
2.1.2 Misión.....	29
2.1.3. Visión	30
2.2 Objetivos de la Empresa	30
2.2.1 General	30
2.2.2 Específicos.....	30
2.3 Estructura Organizacional.....	30
2.3.1 Oficina.....	31
2.3.2 Organigrama.....	32
2.3.3 Funciones y Perfiles De Los Trabajadores.....	33
2.3. 4 Descripción De La Empresa	44
2.3.5 Matriz Del Análisis F.O.D.A / D.A.F.O	45
2.3.6 Ventaja Competitiva.....	46
3. CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADO	47
3.1 Objetivos.....	47
3.1.1 Objetivo General Del Estudio	47
3.1.2 Objetivos Específicos Del Estudio	47
3.2 Limitantes Encontrados En La Investigación	47
3.3 Metodología	48
3.3.1 Tipos De Investigación	48
3.3.2 Instrumentos Fuentes	49
3.3.2.1 Documentos Utilizados Para La Investigación	49
3.3.3 Líneas De Acción.....	52

3.4 Definición Del Producto	53
3.4.1 Determinación Y Tamaño De La Muestra	53
3.4.1.1 Desarrollo De La Muestra	53
3.4.2 Diseño De Los Instrumentos Utilizados.....	54
3.4.2.1 Encuesta.....	54
3.4.2.2 Interpretación De Los Resultados Y Tabulación	58
3.4.2.3 Entrevistas	72
3.4.2.4 Interpretación Entrevistas A Expertos:	74
3.4.3 Perfil Del Visitante.....	79
4. CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING.....	81
4.1 Logo De La Empresa.....	81
4.1.1 Logo En Español.....	81
4.1.2 Logo En Inglés	81
4.2 Análisis De Las 8ps De Marketing	82
4.2.1 Producto.....	82
4.2.1.1 Diseño De Las Rutas Y Paquetes	82
4.2.1.2 Paquetes	84
4.2.1.2.1 Bodas	86
4.2.1.2.1.1 Lugares Destinados Para Bodas	86
4.2.1.2.1.2 Lugares Destinados Para Las Lunas De Miel	101
4.2.1.2.1.3 Lugares Destinados Para Despedidas De Solteros	115
4.2.1.2.1.4. Paquetes De Despedida De Solteros	116
4.2.2 Precio	130
4.2.3 Plaza	130
4.2.4. Promoción.....	130
4.2.4.1 Agencias Tour Operadoras Y Empresas Turísticas	131
4.2.4.2 Marketing Directo	132
4.2.4.3 Marketing Indirecto	133
4.2.4.4 Ventas	134
4.2.5 Proceso	136
4.2.5.1 Cadena De Valor	136

4.2.6 Presencia Física	137
4.2.7 Presentación Física De La Empresa	137
4.2.7.1 Logotipo	137
4.2.7.2 Slogan	137
4.2.7.3 Personal	137
4.2.8 Productividad Y Calidad	138
5. CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES.....	140
5.1 Ubicación Geográfica.....	140
5.1.1 Dirección:	140
5.1.2 Aspecto Legal	140
5.1.3 Aspecto Físico Y Tecnológico	142
5.1.3.1 Estructura De La Empresa:	142
5.1.3.2 Equipamiento.....	142
5.1.4 Selección Y Evaluación De Proveedores De Servicios.....	143
5.1.4.1 Flujograma Cliente	144
6. CAPÍTULO VI. ANÁLISIS FINANCIERO.....	145
6.1 Tablas De Costeo De Los Paquetes	145
6.1.1 Tablas De Costeo De Los Paquetes Bodas	145
6.1.2 Tabla De Costeo De Los Paquetes Lunas De Miel	155
6.1.3 Tabla De Costeo De Los Paquetes Despedida De Solteros	162
6.2. Plan Financiero	169
6.2.1 Inversión	169
6.2.2 Inversión Inicial	171
6.2.3 Inversiones En Activos Diferidos De Constitución Y Gastos	
Pre Operacionales	172
6.2.4 Presupuesto De Gastos.....	173
6.2.5 Nómina.....	176
6.2.6 Depreciaciones	183
6.2.7 Costo De Paquetes Detallado	183
6.2.7.1 Bodas.....	183

6.2.7.2 Lunas De Miel.....	184
6.2.7.3 Despedidas De Solteros.....	185
6.2.8 Proyección De Ventas	194
6.2.9 Cuentas Por Cobrar	200
6.2.10 Cuentas Por Pagar A Proveedores	206
6.2. 11 Fuentes De Ingresos	212
6.2.12 Estado De Resultados De Pérdidas Y Ganancias	212
6.2.13 Balance General	224
6.2.14 Punto De Equilibrio	231
6.2.15 Capm / Valuación	231
6.2.16 Flujo De Caja/ Efectivo	232
6.2.17 Valor Actual Neto (Van)	234
6.2.18 Tasa Interna De Retorno (Tir).....	234
7. CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y	
RECOMENDACIONES.....	235
7.1 Conclusiones	235
7.2 Recomendaciones	237
REFERENCIAS	238
ANEXOS.....	244

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Escala de Clima

Figura 2. Distribución territorial por región

Figura 3. Grupo racial

Figura 4. Señalización ecuador cuatro mundos

Figura 5. Desplazamiento de los ecuatorianos durante las vacaciones durante el año

Figura 6. Consumo turístico interno

Figura 7. Organigrama

Figura 8. Perfil Gerente General

Figura 9. Perfil Administrador Agencia de Viajes

Figura 10. Perfil Recepcionista

Figura 11. Perfil Coordinador y supervisor de Eventos /Turismo de Romance

Figura 12. Perfil Contador

Figura 13. Perfil Coordinador de Ventas y Marketing

Figura 14. Perfil Coordinador y supervisor de Eventos /turismo de romance

Figura 15. Perfil Técnico en Sistemas

Figura 16. Matriz Análisis FODA/DAFO

Figura 17. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 18. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 19. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 20. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 21. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 22. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 23. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 24. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 25. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 26. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 27. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 28. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 29. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 30. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 31. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 32. Representación Gráfica de las Encuestas

Figura 33. Logo de la empresa en español

Figura 34. Logo de la empresa en inglés

Figura 35. Mensaje Mailing

Figura 36. Mensaje de respuesta por parte de la empresa

Figura 37. Tarjeta de Fidelización

Figura 38. Cadena de Valor}

Figura 39. Logotipo

Figura 40. Ubicación de la agencia de viajes

Figura 41. Lay out de la empresa

Figura 42. Flujograma Cliente

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. TABLA DE NACIONALIDADES

Tabla 2. SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL ECUADOR

Tabla 3. PRINCIPALES DESTINOS

Tabla 4. COMPARACIÓN DE OFERTA DE SERVICIOS TURÍSTICOS POR MUNDOS

Tabla 5. COMPARACIÓN DE CATEGORÍA DE ALOJAMIENTO POR MUNDOS

Tabla 6. PERFIL DEL TURISTA ECUATORIANO

Tabla 7. PRODUCTOS TURÍSTICOS DEL PIMTE 2014

Tabla 8. PRODUCTOS TURÍSTICOS PLANDETUR 2020

Tabla 9. TIPOS DE AGENCIAS DE VIAJES

Tabla 10. VENTAJA COMPETITIVA

Tabla 11. PERFIL DEL TURISTA DE ROMANCE ECUADOR

Tabla 12. CARACTERÍSTICAS DE PAQUETES Y MEDIO DE DESPLAZAMIENTO

Tabla 13. CATEGORIZACIÓN DE LOS PAQUETES

Tabla 14. DESTINOS

Tabla 15. PAQUETE NO. 1

Tabla 16. PAQUETE NO. 2

Tabla 17. PAQUETE NO. 3

Tabla 18. PAQUETE NO. 4

Tabla 19. PAQUETE NO. 5

Tabla 20. PAQUETE NO. 6

Tabla 21. DESTINOS

Tabla 22. CATEGORIZACIÓN DE LOS PAQUETES

Tabla 23. PAQUETE NO. 1

Tabla 24. PAQUETE NO. 2

Tabla 25. PAQUETE NO. 3

Tabla 26. PAQUETE NO. 4

Tabla 27. PAQUETE NO. 5

Tabla 28. DESTINOS

Tabla 29. CATEGORIZACIÓN DE LOS PAQUETES

Tabla 30. PAQUETE NO. 1

Tabla 31. PAQUETE NO. 2

Tabla 32. PROMOCIÓN DE VENTAS

Tabla 33. DESTINO

Tabla 34. PAQUETE NO. 1

Tabla 35. PAQUETE NO. 2

Tabla 36. PAQUETE NO. 3

Tabla 37. PAQUETE NO. 4

Tablas 38. PAQUETE NO. 5

Tabla 39. PAQUETE NO. 6

Tabla 40. DESTINOS

Tabla 41. PAQUETE NO. 1

Tabla 42. PAQUETE NO. 2

Tabla 43. PAQUETE NO. 3

Tabla 44. PAQUETE NO. 4

Tabla 45. PAQUETE NO. 5

Tabla 46. DESTINOS

Tabla 47. PAQUETE NO. 1

Tabla 48. PAQUETE NO. 2

Tabla 49. CAPITAL DE TRABAJO

Tabla 50. RESUMEN INVERSIÓN INICIAL

Tabla 51. MUEBLES Y ENSERES

Tabla 52. EQUIPOS DE OFICINA Y UTENSILLOS

Tabla 53. EQUIPOS DE COMPUTACIÓN

Tabla 54. ACTIVOS DIFERIDOS Y GASTOS PRE OPERACIONALES

Tabla 55. GASTOS ADMINISTRATIVOS

Tabla 56. GASTOS DE PUBLICIDAD

Tabla 57. NÓMINA

Tabla 58. TABLA DE DEPRECIACIÓN

Tabla 59. TABLA DE AMORTIZACIÓN Y GASTOS PRE OPERACIONALES

Tabla 60. TABLA DE COSTEO BODAS

Tabla 61. TABLA DE COSTEO LUNAS DE MIEL

Tabla 62. TABLA DE COSTEO DESPEDIDA DE SOLTEROS

Tabla 63. COSTO DE PAQUETES

Tabla 64. PROYECCIONES DE VENTAS

Tabla 65. CUENTAS POR COBRAR

Tabla 66. CUENTAS POR PAGAR A PROVEEDORES

Tabla 67. ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 68. RESUMEN POR AÑO ESTADO PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tabla 69. BALANCE GENERAL

Tabla 70. RESUMEN BALANCE GENERAL

Tabla 71. ESTADO DE FLUJO DE CAJA

Tabla 72. MODELO CAPM/ VALUACIÓN

Tabla 73. RESUMEN CÁLCULO VAN Y TIR

1. CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO

Dentro del Marco teórico se analizarán los siguientes ejes que contienen el proyecto. El turismo en general, el turismo alternativo, el turismo de congresos y eventos, el turismo de romance a nivel global, la caracterización del área de estudio para el proyecto, el turismo de congresos y eventos dentro del país, el turismo de romance dentro del mercado de eventos y congresos en el Ecuador y finalmente la creación de una agencia de viajes. Inicialmente, se utilizaron definiciones para ir categorizando los temas relacionados a la tesis de grado.

1.1 TURISMO

1.1.1 CONCEPTO

“El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares o de negocios/ profesionales. Se dividen en: visitantes (considerados turistas o excursionistas; residentes o no residentes), dentro de turismo existe la parte económica, conocida como el gasto turístico la que tiene una relación directa con el desplazamiento”. (OMT, s.f.)

“El momento que hablamos de turismo lo relacionamos directamente con la economía global, ya que el sector más presuntuoso por la falta de ingresos extras es el turismo. Principalmente, las personas que trabajan en este sector son las más afectadas ya que existen destinos que viven sólo de este tipo de ingresos. Debido a estos impactos globales, se debe encontrar la manera de gestionar, supervisar y coordinar diferentes áreas de turismo que ofrezcan nuevos tipos de actividades y recreación, para que existan diferentes opciones para los turistas y visitantes. Con el fin de mejorar la economía ofreciendo productos y servicios de diferentes costos. Este enfoque es muy importante para formular y poner en práctica las políticas de turismo nacionales y locales, así como de acuerdos internacionales u otros procesos utilizamos para manejar el turismo”. (OMT,s.f.)

Según la Organización Mundial del Turismo, “el turismo engloba las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos a su entorno habitual, por un periodo determinado con un tiempo inferior a una año, con fines de ocio, reuniones familiares, negocios y otros” (OMT, s.f.)

1.2 TURISMO ALTERNATIVO

1.2.1 CONCEPTO

“La mejor manera de mejorar la calidad de vida es, descansar y disfrutar es viajar, lo que permite desarrollar relaciones interpersonales, valores emocionales y morales. Debido a esto el turismo no puede ser estático, sino que debe adaptarse a cambios y exigencias que solicitan las personas durante el tiempo libre y ocio satisfaciendo las necesidades del ser humano. El turismo integra lugares geográficos incluyendo recursos naturales y culturales que cumplan con las expectativas de los turistas que buscan nuevas experiencias”. (SecturMéxico, s.f.)

“Es importante recalcar que para ofrecer a los turistas lugares distintos y nuevas propuestas de turismo, el turismo debe tener distintos tipos de atractivos naturales, culturales y sociales con el fin de conservarlos y saber manejarlos. Es por eso que se debe crear y desarrollar una cultura turística medio ambiental y responder a la demanda con el fin de dejar este mundo en condiciones óptimas para las siguientes generaciones, respondiendo a la exigencia de un turista preocupado por el medio ambiente, su bienestar físico y espiritual”. (SecturMéxico, s.f.)

“Es por eso que el turismo alternativo, es parte de la nueva tendencia de cambio del ser humano, ya que permite al mismo reencontrarse con la naturaleza, cuidar el medio ambiente, conservar los recursos naturales, valorando los recursos tangibles e intangibles con es este caso México. La Secretaría de Turismo, tiene como finalidad orientar el desarrollo de productos turísticos que atienden este importante mercado”. (SecturMéxico,s.f.)

En base a lo investigado podemos observar que existe un país interesado en vender turismo alternativo y otros tipos de turismo como el Turismo de Romance. Se debe tomar como referencia a México, un país que tiene planes estructurados en relación a estos dos tipos de turismo los que han permitido que el país crezca en el ámbito económico y turístico. Partiendo de lo nombrado, dentro del Ecuador se quiere implementar ideas innovadoras y proyectos con nuevas tendencias que permitan al país crecer y darse a conocer, para alcanzar un posicionamiento a nivel internacional con la marca país.

1.3 TURISMO DE CONGRESOS, REUNIONES Y EVENTOS

1.3.1 CONCEPTO

“Este tipo de turismo genera gran variedad de actividades económicas como consecuencia de la organización de reuniones y encuentros en diferentes destinos los mismos que giran en torno a temas profesionales, los que incluyen: reuniones para cerrar o abrir negocios, convenciones y congresos en donde cada evento tiene un propósito diferente.” (Hotel Palenque, 2010, p.1).

Luego de conocer el concepto analizaremos la realidad del Ecuador en el área de eventos, congresos y si existe la posibilidad de crear un nuevo mercado interesado en otro tipo de turismo conocido como el turismo de romance para tener una idea de la oferta existente dentro del país.

1.4 TURISMO DE ROMANCE

1.4.1 CONCEPTO

“El turismo de romance se caracteriza por la unión de aquellas personas que realizar un viaje o salen de su lugar habitual para celebrar un motivo especial de su vida con sus seres queridos y amigos. Se clasifican en eventos como: bodas, lunas de miel, renovación de votos, lunas de miel entre otros. Dentro de este segmento entran los viajes de despedidas

de soltero/a y los llamados baby-moons (celebración de la concepción de un bebe) y family moons (cuando los novios tienen hijos y ellos forman parte del viaje por la boda o después de la boda. Los sub-segmentos más lucrativos son las bodas de destino y las lunas de miel.” (SecturMéxico, s.f.).

“¿Por qué las parejas toman la decisión de casarse en el exterior o fuera de su entorno habitual? Según el artículo, Bodas de Destino ¿Son para Usted?” (Permenter y Bigley, 2000, p. 1).

“Hoy en día ciertas parejas que toman la decisión de casarse en un destino diferente para contraer matrimonio o celebrar su boda según los hoteles y resorts alrededor del mundo, las parejas o personas eligen estas celebraciones fuera de su país son:

- ❖ Parejas con poco presupuesto y que no quieren una boda costosa ni elaborada.
- ❖ Parejas que no quieren show ni bulla de una boda.
- ❖ Parejas en su segundo matrimonio buscando algo un poco diferente.
- ❖ Aquellos en su segundo matrimonio que necesitarán traer niños a la luna de miel. Existen paquetes en varios resorts que ofrecen privacidad a la pareja y una ocasión para disfrutar de una vacación con su nueva familia.
- ❖ Parejas que están brindando una pequeña fiesta de bodas. A veces la novia y el novio están en un resort y la fiesta de bodas en un resort vecino, dándole privacidad a todos.
- ❖ Parejas que están brindando una notable fiesta de bodas y le gustaría tomar posesión de un resort”.

(Permenter y Bigley, 2000, p.3)

“Las nuevas tendencias internacionales conocidas como el “Mercado del Amor” son:

“Las personas necesitan amar y sentirse amadas, para sentir que pertenecen a un grupo dentro de la sociedad, intercambiando afecto y aceptación. La gente por medio de los viajes logra demostrar relaciones interpersonales, socializar, y dar y recibir amor. Esto permite crear a las agencias de viajes productos turísticos orientados a satisfacer estas necesidades a segmentos que buscan estos viajes de unión. El éxito depende de la capacidad de crear paquetes innovadores, manejar bien la escenografía y montajes necesarios para crear experiencias inolvidables. Ejemplos: Escapadas románticas a una ciudad, viajes de unión familiar, bodas en lugares exóticos, viajes para celebrar bodas de oro y plata, viajes para reunir amigos, etc. Las empresas dicen que uno de los productos más exitosos de Disney en donde las familias disfrutaban durante los fines de semana, amigos se reúnen y los niños se divierten”. (Pulido, 2006, p.18)

En la actualidad, existen empresas reconocidas a nivel mundial por este tipo de turismo de romance los paquetes incluyen los siguientes servicios:

“...Locaciones predestinadas, tipos de ceremonias, bodas católicas, bodas interculturales, decoración, música, catering o banquetes, despedidas de solteros, pastel y dulces, flores, mobiliario lounge, fotografía y video, hospedaje para pasajeros, transporte aeropuerto-hotel- aeropuerto, sitio web de la boda, maquillaje- peinado novia e invitados, show de juegos pirotécnicos” .(bodasartículos, s.f.)

Lo que permite tener referencia de lo que existe en el mercado del turismo de romance y que ofrecen las empresas para eventos a nivel global. Los mismos que serán tomados en cuenta dentro de la siguiente investigación, integrando dentro de los paquetes que se ofrecerán a los clientes.

1.5 CARACTERIZACIÓN DEL ÁREA DE ESTUDIO

1.5.1 CARACTERIZACIÓN DEL PAÍS

1.5.1.1 UBICACIÓN

“El Ecuador, se encuentra ubicado sobre la línea equinoccial en el noroeste de América del Sur. Cuenta con 283.561 kilómetros cuadrados, considerado el octavo país más grande de Sudamérica, geográficamente diverso por lo que cuenta con diferentes tipos de climas y regiones. El país posee 15 millones de habitantes. El Ecuador se divide en 4 regiones: Andes, Costa, Amazonía y Galápagos”. (EducarEcuador, s.f.)

1.5.1.2 RELIEVE

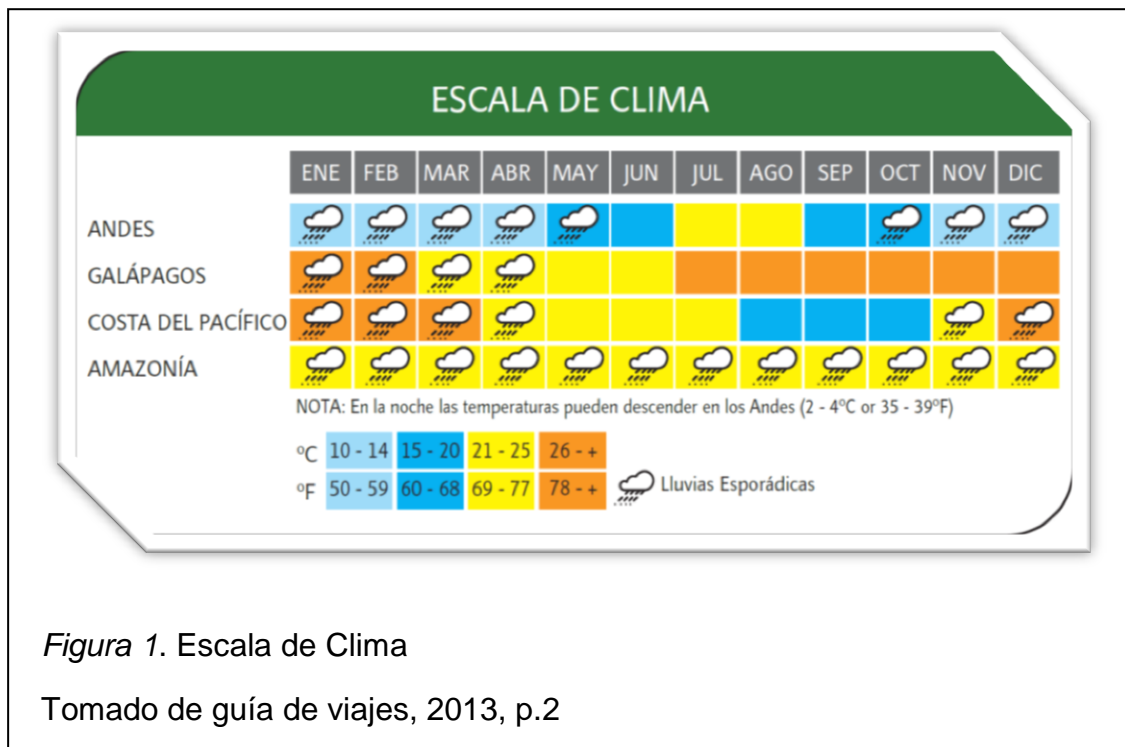
“Ecuador es un país andino el mismo que tiene muchos volcanes activos, se encuentra al borde de las placas tectónicas de Nazca. Forma parte del «cinturón de fuego» del Pacífico. El país se divide en cuatro regiones marcadas por sus climas la Costa, la Sierra, La Amazonía y la zona Insular Galápagos. En la región de la Sierra se encuentran la mayoría de los volcanes, zona con mayor altitud por sus volcanes de 3.5000 a 4.000 metros y sus picos que se elevan por encima de los 6000 metros. Cuenta con su Cordillera Occidental, la Cordillera Oriental y el Sector interandino”. (GeografíaRelieve s.f.)

1.5.1.3 CLIMA

Gracias a la ubicación geográfica el Ecuador cuentan con varios tipos de climas locales en el páramo, la costa, la sierra, el oriente, los valles y los lugares altos cerca de los picos. El país cuenta con montañas, mar y selva lo que le caracteriza por sus diferentes zonas climáticas.

“Las temperaturas medias están entre los 23 °C y 36 °C de la costa y la Amazonía, y los 13 °C y 19 °C en las montañas. Galápagos cuenta con un clima más templado, debido a la corriente fría de Humboldt, y su temperatura

varía entre 22 y 32 °C. En la costa y el oriente el clima y la temperatura varían según la temporada y en la sierra hay lluvias o calor.” (GeografíaClimatológica, s.f.)



1.5.2 ECUADOR MEGA DIVERSO

El Ecuador es un paraíso de condiciones incomparables por su clima y sus variados ecosistemas. El país cuenta con gran variedad geográfica como: ríos, cascadas, cadena montañosa, Amazonía, Los Andes y el Archipiélago de Galápagos uno de los lugares más hermosos del Mundo.

El Ecuador, dentro de su territorio cuenta con, “21.000 especies de plantas, 407 especies de reptiles, 1.559 especies de aves y 324 especies de mamíferos”. (Ulloa, 2012, p.3.)

“La diversidad y riqueza en la variedad de biodiversidad está representada por al menos 46 ecosistemas terrestres diferentes y dentro de cada uno de ellos todavía existen hábitats notablemente diferentes” (Ulloa, 2012, p.4.)

“El Ecuador ocupa el puesto número 12 en el mundo respecto a la cantidad de especies (aproximadamente 350) y grupo de mamíferos. Con respecto a la cantidad de reptiles, anfibios, y mamíferos existen 1900 especies y 1600 especies de aves, lo que posiciona al país en el quinto lugar en relación con Colombia, lo quedad de especies”. (Ulloa, 2012, p.4.)

1.5.2.1 BIODIVERSIDAD POR MUNDOS

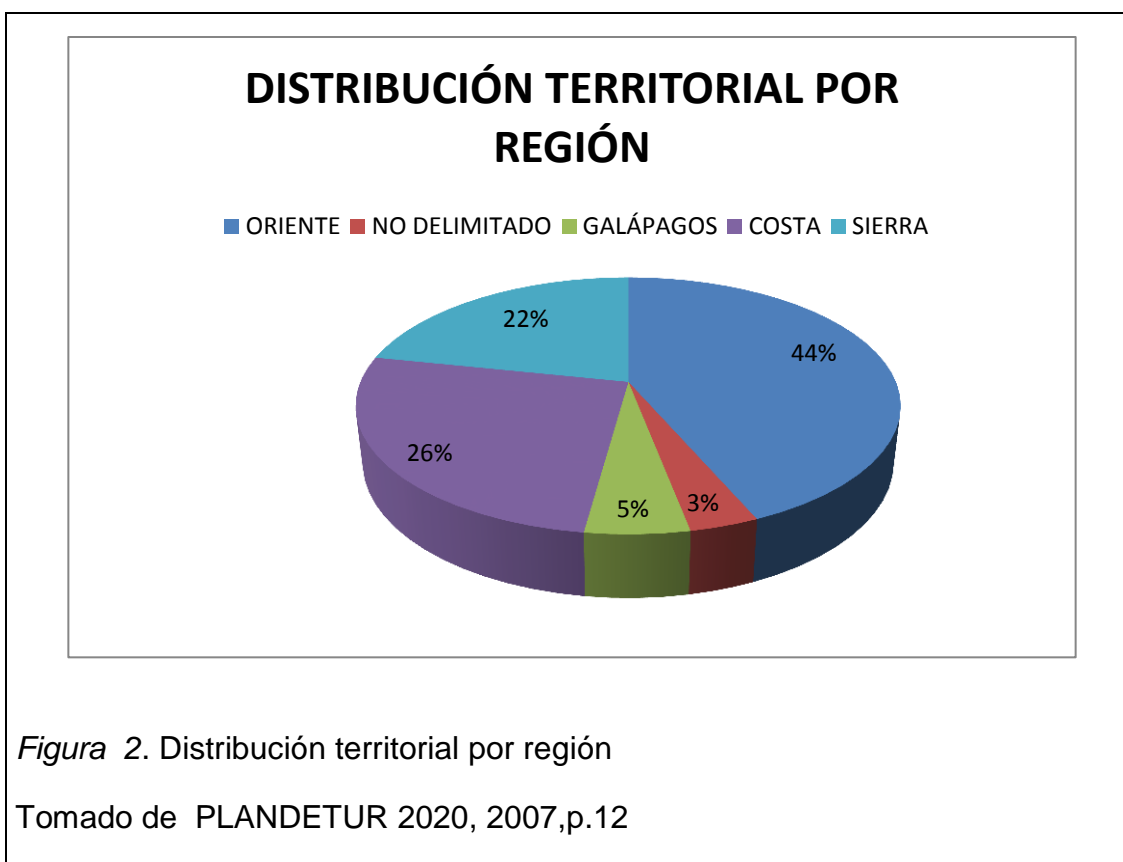


Figura que representa la biodiversidad territorial dentro de cada región en el Ecuador, que a pesar de ser un país pequeño cuenta con gran cantidad de climas y destinos preciosos en un solo país.

El Ecuador hoy en día ha creado nuevos pilares para la gestión turística, ya que ha fortalecido muchos ámbitos a nivel nacional y ha desarrollado mejores carreteras, señalización, promoción y destinos turísticos. Además, de ofrecer calidad turística los destinos cuentan con gastronomía tradicional, festividades

indígenas y afro-ecuatorianas y tradiciones ancestrales las mismas que atraen a los turistas. El país se encuentra ubicado en La Mitad del Mundo y permite a los turistas no sólo apreciar a pocas horas o minutos el cambio de paisajes, naturaleza y climas sino conocer lugares magníficos y únicos.

1.5.3 DATOS SOBRE EL PATRIMONIO DE LA HUMANIDAD (LOS QUE PERMITEN AL ECUADOR SER UN PAÍS ÚNICO Y RECONOCIDO A NIVEL MUNDIAL).

“En la Región Insular del Ecuador se encuentra, el Archipiélago de Galápagos, lugar lleno de flora, fauna y paisajes hermosos que atraen a los turistas. La UNESCO declaró el Archipiélago “Patrimonio Natural de la Humanidad” en 1979, lugar donde se realizan investigaciones sobre especies endémicas, es un destino bastante visitado para realizar fotografías y disfrutar de sus hermosas playas de arena blanca”. (Ulloa, 2012, p. 5)

“El 8 de Septiembre de 1978, La UNESCO declaró como Patrimonio Cultural de la Humanidad a Quito, ciudad que cuentan con gran historia y posee gran cantidad de estructuras arquitectónicas coloniales de América Latina. De igual manera, Cuenca fue proclamada en diciembre de 1999 como Patrimonio Cultural de la Humanidad, más conocida como la Atenas del Ecuador; ciudad que cuenta con gran importancia histórica, cultura, tradiciones e iglesias coloniales”.(Ulloa, 2012, p.5)

“Dentro de la Amazonía, la cultura Zápara, es considerada como un Patrimonio Intangible de la Humanidad y el Parque Nacional Yasuní está catalogado como Reserva de la Biosfera Terrestre”.(Ulloa, 2012, p.5)

1.5.4 CARACTERIZACIÓN SOCIOCULTURAL

1.5.4.1 DEMOGRAFÍA

“Según el censo de Noviembre del 2010 y los datos generados por el INEC informan que existen 14.483. 499 de personas que habitan en el

Ecuador” (INEC2010, s.f.). Figuras que demuestran las clases raciales y nacionalidades existentes, siendo una ventaja para el país y algo increíble de creer por la variedad.

El censo obtuvo los porcentajes de cada grupo racial que corresponde a la población total.

- ❖ “(Mestizo o castizo) descendientes de españoles-indígenas, españoles-mestizos 71,9%
- ❖ (Blanco) descendientes de españoles, italianos, griegos y portugueses 6,1%
- ❖ (Mulatos, montubios o moriscos) provenientes de los cruces de castas coloniales 7,4%
- ❖ (Indígenas) oriundos de las antiguas civilizaciones pre-incaicas 7%
- ❖ (Afro ecuatorianos) descendientes de los esclavos traídos desde África en la colonia 7,2%. (Ecuadorinmediato, s.f.).

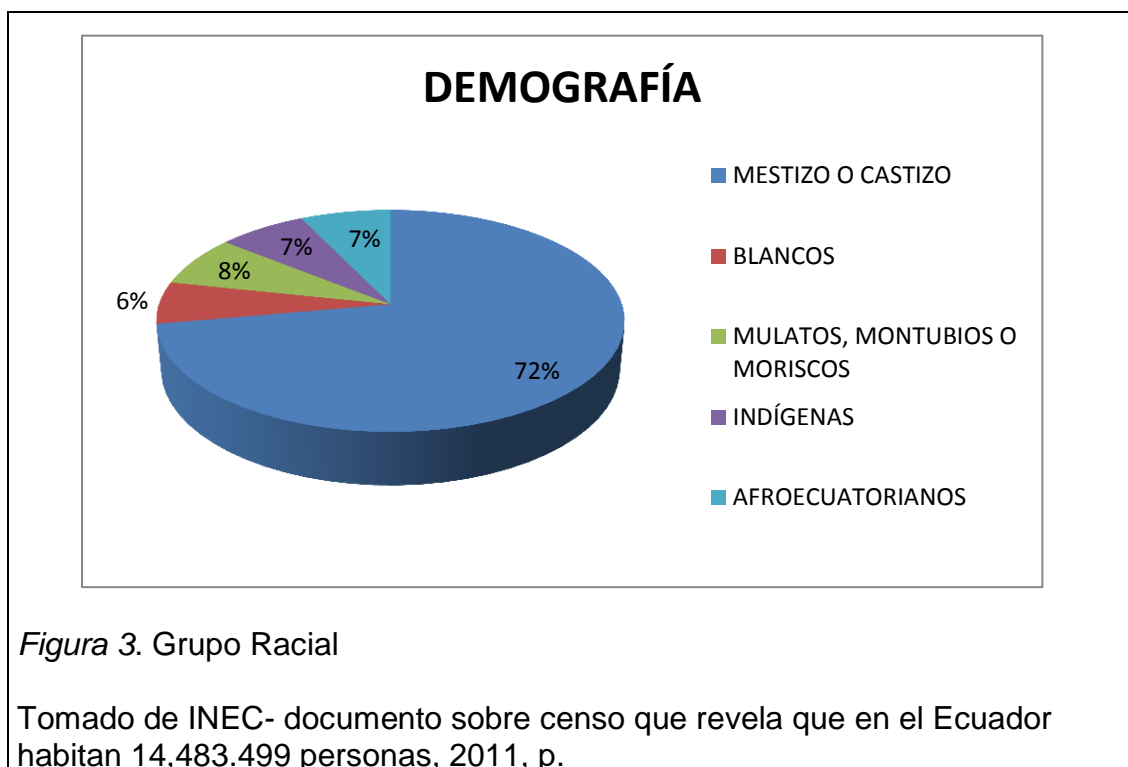


Tabla 1. TABLA DE NACIONALIDADES

UBICACIÓN	NACIONALIDAD Y LENGUA
SIERRA LENGUA	Nacionalidad Kichwa Kichwa
AMAZONIA LENGUA	Nacionalidad Shuar Shuar Chicham Nacionalidad Achuar Achuar Nacionalidad Kichwa Kichwa
NACIONALIDAD SHUAR	Nacionalidad Siona-Secoya Paicoca Nacionalidad Cofán A'ingae Nacionalidad Záparo Kayapi Nacionalidad Huaorani Waotededo
COSTA LENGUA	Nacionalidad Tsáchila Tsafiqui Nacionalidad Awá Awapit Nacionalidad Epera Epera Pedede Nacionalidad Chachi Cha'palaa

Nota: Tomado de <http://icci.nativeweb.org>. Elaborado por Lcda. Lucía Mejeant Nacionalidad Shuar, 2001, p.10-11.

1.5.5 LOS CUATRO MUNDOS TURÍSTICOS DEL ECUADOR

El Ecuador se encuentra dividido en cuatro zonas geográficas o mundos turísticos: Amazonía, Andes, Costa del Pacífico e Islas Galápagos. Como el Ecuador se ubica sobre la Línea Equinoccial, el país no tiene cambios extremos de clima en realidad solo hay lluvias y sol según la zona.

Dentro de estos cuatro mundos se han diseñado productos y rutas creadas, se las clasifica por colores en los dos gráficos siguientes:

- ❖ Costa: Ruta de la Spondyllus
- ❖ Sierra: Ruta de los Volcanes
- ❖ Ruta del Tren (parte del ramal une con la costa ecuatoriana)
- ❖ Amazonía: Ruta Yacu Ñambi
- ❖ Galápagos



Figura 4. Señalización Ecuador Cuatro Mundos
Adaptado de Manual De Señalización Turística Ecuador, 2010, p.55-58

Figura donde se identifica cada ruta según las provincias que cruza, rutas que cuentan con la infraestructura adecuada y servicios turísticos para los turistas que quieran visitar. Se las dividió por colores para identificarlas ya que ofrecen distintos tipos de productos turísticos según el destino. El gráfico permite visualizar la distribución de los cuatro mundos y la señalización que tienen para acceder e identificar los atractivos del país.

1.5.5.1 SITUACIÓN DEL SECTOR TURÍSTICO EN EL ECUADOR

Tabla 2. Situación del sector turístico en el Ecuador

AÑOS/TRIM	* TURISMO	PETRÓLEO	BANANO Y PLÁTANO	CAMARÓN	DERIVADOS PETRÓLEO	OTROS ELAB. PROD. MAR	MANUFACT. DE METALES	FLORES NATURALES
2011 / IV	234,0	2.963,1	552,8	312,2	242,0	232,7	208,0	165,3
UBICACIÓN	5	1	2	3	4	6	7	8
2012 / IV	265,9	2.857,6	505,2	318,4	156,8	337,4	287,5	196,0
UBICACIÓN	6	1	2	4	8	3	5	7

Nota: Tomado de OPTUR, 2011, p.10 Ubicación del Turismo.

1) Cifras provisionales; su reproceso se realiza conforme a la recepción de documentos fuente de las operaciones de comercio exterior				
2) Se basan en las cifras de la Empresa Manifiestos y Banco Central del Ecuador				
3) Incluye exportaciones del sector privado de combustibles, lubricantes y otros derivados del petróleo				
4) Incluye exportaciones de vehículos				
(*) Según Balanza de pagos del Ecuador (ctas viajes y transporte de pasajeros)				

La tabla extraída de la OPTUR, nos permite tener una idea sobre la ubicación del turismo como fuente de ingresos al país en relación a los otros recursos de ingreso, el turismo se encuentra en la 6ta posición. En este caso se quiere que el país crezca y genere mejores ingresos en esta área.

El Ecuador quiere crear, innovar e implementar nuevas ideas y nuevos productos turísticos que mejoren la posición del mismo a nivel nacional e internacional. Se tiene como objetivo potencializar el turismo para que el país cuente con más plazas de trabajo en turismo e incrementen los ingresos anuales para la economía interna.

En conclusión, se quiere desarrollar nuevos proyectos, en este caso como el proyecto presentado para potencializar el turismo con la creación de empresas innovadoras que atraigan mayor cantidad de turistas con productos diferentes.

1.5.5.2 SITUACIÓN DEL TURISMO POR MUNDO

La situación del sector se estructura por mundos turísticos ordenados por el PIMTE 2006, han sido identificados los destinos promocionales en base a las líneas de productos turísticos, con el fin de conocer la oferta de servicios existentes en los mismos.

Tabla 3. Principales destinos

	ANDES	AMAZONÍA	COSTA	GALÁPAGOS
	Quito	Parque Nacional Yasuní	Isla de la Plata	Islas Galápagos
	Cuenca	Reserva de Producción Faunística de Cuyabeno	Paseo de los sabores, cacao, banano, café	
	Otavaló	Parque Nacional Sangay	Parque Nacional	

PRINCIPALES DESTINOS			Machalilla	
	Parque Nacional Cotopaxi	Napo Wildlife Center	Bosque Petrificado de Puyango	
	La Avenida de los Volcanes	La Ruta de Orellana	Reserva Ecológica Cotacachi-Cayapas	
	Bosque Nublado de Mindo	Lodges Amazónicos	Puerto López	
	Ingapirca	Reserva Ecológica Antisana	Montecristi	
	Parque Nacional Podocarpus	Reserva Ecológica Limoncocha		
	Vilcabamaba	Reserva Ecológica Cayambe- Coca		
	Laguna Quilotoa	Puyo		
	Riobamba	Ruta Manantee		
	Parque Nacional Cajas	Parque Nacional Llanganates		
	Reserva Ecológica El Ángel			
	Baños Tungurahua			
	Cotacachi			
	Reserva de Producción Faunística Chimborazo			
La Avenida de las Cascadas				
PRINCIPALES LÍNEAS DE PRODUCTO	Circuitos Turísticos generales	Circuitos generales	Sol y playa	Ecoturismo y turismo de naturaleza
	Turismo Comunitario	Turismo Comunitario	Turismo Comunitario	Deportes de aventura: buceo, surf
	Turismo cultural: patrimonio cultural, mercados, artesanías, turismo religioso, turismo urbano, turismo arqueológico, haciendas históricas	Turismo cultural	Turismo cultural: mercados y artesanías	Sol y Playa
	Ecoturismo y turismo de naturaleza: observación de flora y fauna	Ecoturismo y turismo de naturaleza: observación de flora y fauna	Ecoturismo (observación de ballenas)	
	Deportes y aventura:	Deportes de aventura: bungee,	Parques Temáticos	

	escalada, trekking, ciclismo de montaña, bungee, cabalgatas, rafting	rafting		
	Turismo de salud: termalismo, spa's	Parque Temáticos	Deporte y aventura: surf	
	Agroturismo	Turismo de salud: termalismo	Agroturismo	
	MICE: Reuniones, Incentivos, Congresos, Convenciones y exhibiciones.	Agroturismo	Turismo de Salud	
		Cruceros (fluviales)	MICE	
			Cruceros	

Nota: Tomado de PIMTE 2014, (MINTUR), 2009, p. 22-26

Partiendo de esta tabla se puede identificar los productos que se encuentran posicionados e identificados, como productos turísticos dentro de cada mundo. Se quiere identificar la oferta turística para incluir en los paquetes que se crearán dentro del plan de negocios por medio de la agencias de viajes y potencializar el nuevo tipo de turismo de romance en los destinos más conocidos.

Tabla 4. Comparación de oferta de servicios turísticos por mundos

	ANDES	GALÁPAGOS	AMAZONÍA	COSTA	TOTAL
No. De alojamientos	1,387	62	306	1,458	3,213
No. De camas	62,508	2,670	11,982	69,865	147,025
No. De establecimientos de comida y bebidas	3,709	125	367	4,697	8,898
No. De sillas (establecimientos de comida y bebidas)	187,906	4,898	12,548	175,335	380,687
No. De agencias de viajes	780	43	47	381	1,264
No. Cias. Transporte	170	0	1	49	230

No. De embarcaciones por transporte fluvial y marítimo	0	95	3	9	107
---	---	----	---	---	-----

Nota: Tomado de PIMTE2014, 2009, p.28

Tabla 5. Comparación de categoría de alojamiento por mundos

Cantidad de hoteles	Categ. Lujo	1ª.Categ	2ª. Categ	3ª.Categ	4ª.Categ	Total
Galápagos	0	21	29	11	1	62
Costa	58	295	389	697	19	1.458
Andes	14	261	393	637	82	1.387
Amazonia	5	46	72	175	5	303
Total	77	623	883	1.520	107	3.210
% *	2%	19%	28%	47%	3%	100%

Nota: Tomado de PIMTE2014, 2009,p.28

Representa el porcentaje de cada categoría sobre el total.

La información obtenida sirve para elegir los hoteles, la cantidad de restaurantes, el transporte existente por región, las agencias de viajes que permitirán crear alianzas estratégicas y otro tipo de proveedores.

Partiendo con la información obtenida se podrá estructurar paquetes de acuerdo a la cantidad y variedad de proveedores, se escogerán los necesarios para tener diferentes precios según el target elegido y de acuerdo al servicio requerido.

1.5.6 PERFIL DEL TURISTA ECUATORIANO

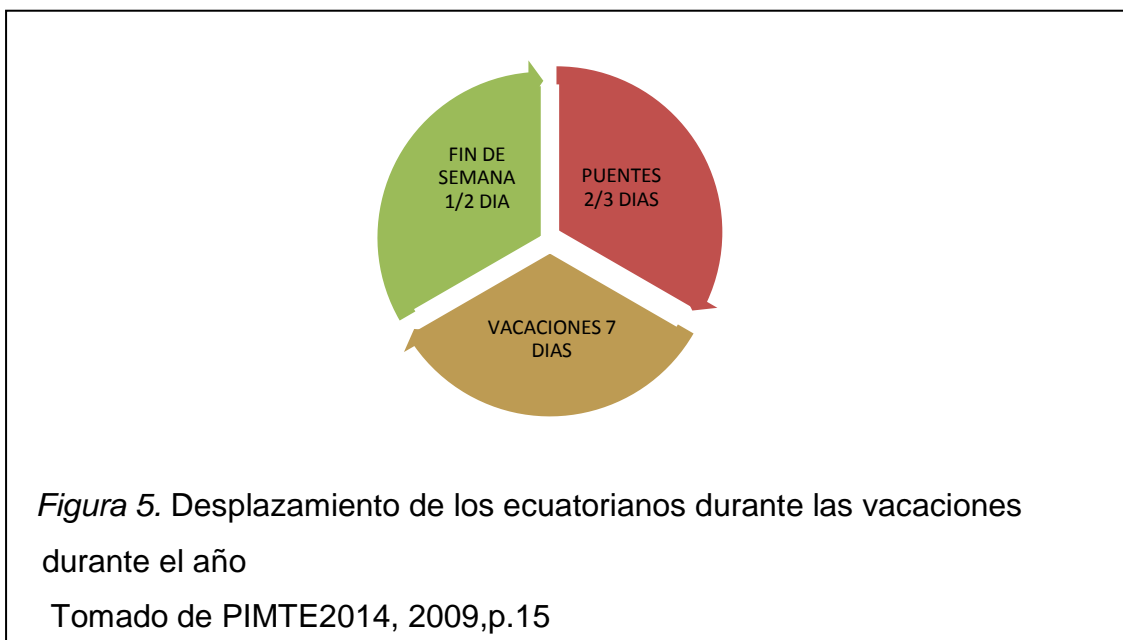
Los mercados principales son ciudades como: Quito, Guayaquil y Cuenca.

La forma de desplazamiento de los ecuatorianos durante vacaciones o días feriados es según la temporada del año. Pero algunos de ellos en temporada Alta de Diciembre a Abril se desplazan a diferentes destinos ya que coincide con vacaciones de la costa.

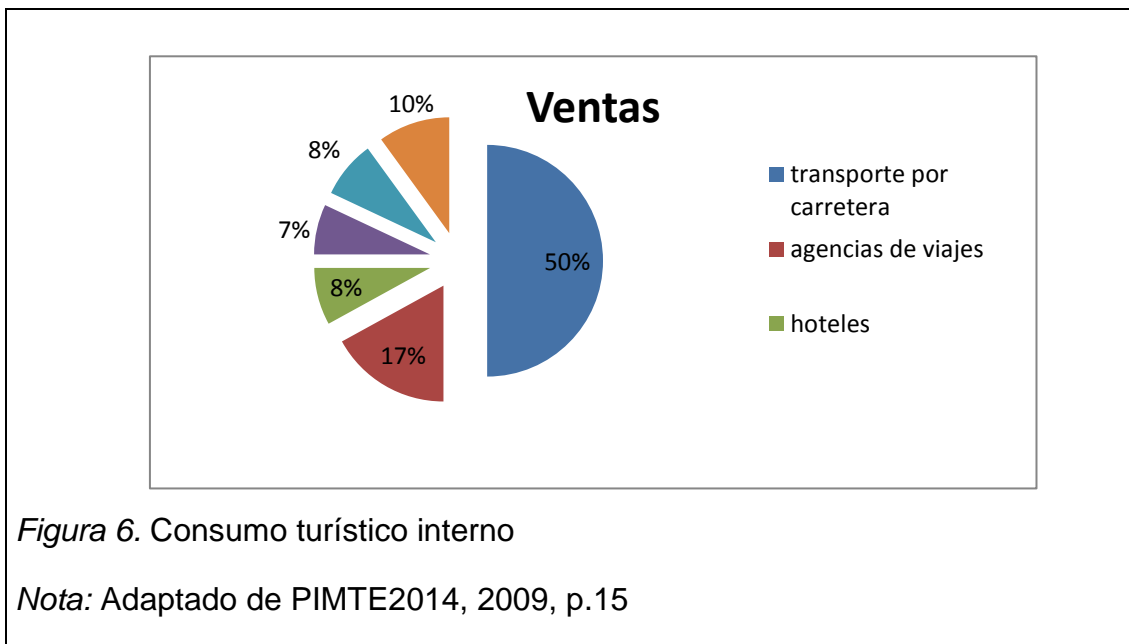
Tabla 6. Perfil del turista Ecuatoriano

VISITANTES	TEMPORADA ALTA	TEMPORADA BAJA	FERIADOS
Ecuatorianos	Playas, Casas de Hacienda y Quintas	Playa, Visita de Puerto López y Salinas.	Carnaval (Feb), Semana Santa (Abr), Difuntos (Nov), Navidad (Dic), Fin de Año (Dic).
Motivos de Viaje	Recreación, visitas a familias, negocios, motivos religiosos, compras, estudios y congresos/conferencias.		

Nota: Tomado de PIMTE2014, 2009, p. 14. Resumen del perfil del turista.



Dentro del documento PLANDETUR2020, se puede encontrar el gasto promedio total por visitante (excursionista y turista) estimado por día está entre US\$42 y US\$52 en el 2008. Lo que sirve como referencia para ver cuánto gastarían los turistas por eventos y celebraciones, lo que está reflejado en los siguientes párrafos.



Dentro del consumo interno los ecuatorianos consumen y gastan durante el fin de semana y feriados en:

- ❖ Alojamiento
- ❖ Alimentación
- ❖ Transporte
- ❖ Servicio de agencias de viajes
- ❖ Servicios culturales y recreativos
- ❖ Compra de alimentos y bebidas
- ❖ Combustible (excepto gas)
- ❖ Compras

Datos útiles para crear y estructurar paquetes todo incluido

Los destinos más visitados del país son:

1. Quito/Guayaquil/Cuenca
2. Costa en general
3. Parques Nacionales en los Andes

El medio de transporte más utilizado por los turistas es:

- ❖ Vehículos privados
- ❖ Transporte público

“El alojamiento más utilizado son en casas de los familiares y amigos, fuera de la ciudad el 64% son considerados turistas y el 36% son excursionistas” (MINTUR, s.f.).

1.6 TURISMO DE CONGRESOS Y EVENTOS DENTRO DEL ECUADOR

“Este tipo de turismo engloba la organización de ferias, exposiciones, congresos, reuniones y viajes de incentivo. Este segmento hoy en día es el de mayor crecimiento a nivel general dentro del Ecuador entre otras actividades. Un de las estrategias por parte de la empresa Quito Turismo es la de promocionar a la ciudad como un destino estratégico e ideal para el turismo de negocios, es por eso que se han construido sedes de eventos internacionales de empresas públicas y privadas. En el 2012, Quito ha sido parte de 38 eventos corporativos internacionales, lo que beneficia al sector turístico, hotelero y permite que la ciudad tenga un crecimiento turístico”. (Quitoturismo,s.f.)

Para realizar el análisis del sector turístico en relación a congresos y eventos, se utilizó el documento del Ministerio de Turismo, el Plan Integral de Marketing 2014 (PIMTE). Tomando como referencia las 10 líneas de productos que existen dentro del Ecuador, se encontró que sólo existe una línea de producto conocida como congresos y convenciones, la misma que debería incluir el turismo de romance. Sin embargo, no existe esa nueva rama de mercado de este tipo, es por eso que se quiere explorar y crear productos turísticos con el fin de incluirla dentro de la Planta Turística.

Para conocer mejor la situación actual de la oferta turística en Ecuador según el Plan Integral de Marketing 2014. El PIMTE utilizó la siguiente tabla para clasificar las 10 líneas de producto: Circuitos Generales, Sol y Playa, Ecoturismo, Observación de Aves, Gran Aventura, Deportivo, Cultural, Rural, Convenciones y Congresos e Incentivos.

Tabla 7. Productos turísticos del pimte 2014

Productos Turísticos del PIMTE 2003- 2006	
1	Circuitos generales
2	Sol y Playa
3	Ecoturismo
4	Observación de aves
5	Gran aventura
6	Deportivo
7	Cultural
8	Rural
9	Convenciones y Congresos
10	Incentivos

Nota: Tomado de PIMTE2014, 2009, p.19

Esta tabla permite ver de mejor manera en que ubicación se podría incluir el turismo de romance para que sea parte de las líneas bases para el turismo interno.

De igual manera a raíz de la elaboración del PLANDETUR 2020, “se restablecieron los productos turísticos partiendo de los existentes en el Plan Integral de Marketing Turístico del Ecuador y se crearon ahora 11 líneas de productos: Circuitos Generales, Sol y Playa, Turismo Comunitario, Parques Temáticos, Ecoturismo y Turismo de Naturaleza, Turismo de Deportes y Aventura, Turismo de Salud, Agroturismo, MICE (Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions/ Reuniones, Incentivos, Congresos, Convenciones y Exhibiciones) y Cruceros”. (PLANDETUR2020, s.f.)

Tabla 8. Productos turísticos PLANDETUR 2020

Productos turísticos PLANDETUR 2020			
CIRCUITOS GENERALES	Circuitos generales	ECOTURISMO Y TURISMO DE NATURALEZA	Parques Nacionales
SOL Y PLAYA	Sol y Playa		Reservas bosques privados y
TURISMO COMUNITARIO	Turismo comunitario		Ríos, lagos, lagunas y cascadas
TURISMO CULTURAL	Patrimonios naturales y culturales	TURISMO DEPORTES AVENTURA	Observación de flora y fauna
	Mercados artesanías y Gastronomía		Deportes terrestres
	Shamanismo		Deportes fluviales
	Fiestas Populares		Deportes aéreos
	Turismo Religioso	TURISMO DE SALUD	Termalismo
	Turismo Urbano		Medicina ancestral
	Turismo arqueológico		SPA s
	CAVE, científico, académico, voluntario y educativo	AGROTURISMO	Haciendas, fincas y plantaciones
haciendas históricas	TURISMO DE CONVENCIONES Y CONGRESOS	Reuniones, incentivos, conferencias, exposiciones y ferias	
PARQUES TEMATICOS	Parques Temáticos	TURISMO DE CRUCEROS	Cruceros

Nota: Tomado de PLANDETUR2020, 2007, p.14

Luego de ver la tabla, se puede reconocer los diferentes tipos de turismo existentes en el país, los cuáles amplían las ramas de turismo catalogados en la planta turística, según los documentos creados por el Ministerio de Turismo para potencializar el turismo en cada área.

En base a los tipos de turismo que se quiere potencializar a corto, mediano y largo plazo se podría incluir la nueva propuesta de la creación de una agencia de viajes dual especializada en turismo de romance/ bodas ya que involucra a varias líneas de turismo como: Turismo Cultural, con la realización de eventos en haciendas y hoteles boutique que son sitios privilegiados que tienen antecedentes históricos y culturales. Turismo Religioso, porque las parejas recién casadas o que celebren algún tipo de evento religioso ingresan, se

casan en iglesias antiguas y muy valiosas para la historia del Ecuador. Turismo de Convenciones y Congresos, el turismo que va de la mano con el turismo de romance sólo que este nuevo tipo de turismo reúne, reintegra y une familias, amigos y parejas que quieren celebrar este tipo de reuniones fuera de su entorno habitual para recordarlo y vivir nuevas experiencias.

Es por eso que este tipo de turismo de romance podría ser parte de otra línea de producto a explorar ya que tiene varios tipos de turismo relacionados entre sí. Los mismos que ya son parte de la planta turística reestructurada, siendo así una ventaja para crear paquetes y productos turísticos relacionados con eventos y celebraciones, los mismos que serán vendidos a nivel nacional como internacional.

1.7 TURISMO DE ROMANCE DENTRO DEL ECUADOR

En base a lo nombrado e investigado anteriormente se cree que el Ecuador puede convertirse en un destino para eventos. Gracias a que es considerado uno de los territorios mega diversos del planeta gracias a su ubicación geográfica. Cuenta con paisajes maravillosos y lugares mágicos en las cuatro regiones: Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos, los mismos que tienen establecimientos adecuados para esta nueva idea de negocio. Lo que nos permite abrir nuevas oportunidades de mercado para realizar eventos como: lunas de miel, despedidas de solteros/as y bodas, ofreciendo lugares exóticos para la realización de los mismos, con el fin de que el país sea considerado como un destino para casarse creando nuevas plazas de trabajo en un nuevo mercado dentro de la rama del turismo de romance.

Dentro del Ecuador no se ha definido el concepto de turismo de romance por la falta de conocimiento y especialización en el tema. Esta rama del turismo debería ser investigada y explorada, ya que abriría nuevos mercados e ideas de negocios. Lo que ofrece el país para la realización de eventos religiosos y celebraciones, son empresas que venden servicios sueltos, pero subcontratan los servicios que complementan la organización de eventos.

Es por eso que se realizó una investigación para comprobar que no existen empresas especializadas en brindar un servicio completo para realizar eventos de este tipo y vendan paquetes estructurados, para la creación de eventos sociales que puedan ser elegidos según el gusto de los turistas extranjeros y nacionales.

Con estos antecedentes, se realizó una investigación de mercado y un plan de negocio para conocer el target correcto, los precios del mercado, la oferta existente y las preferencias de los clientes.

Para poder mercadear el producto se creó un plan de negocios por medio de una agencia de viajes que realizará paquetes que ofrecen realización de bodas, despedidas de solteros y lunas de miel en diferentes destinos de Ecuador, utilizando los recursos naturales existentes del país.

Además, se realizaron entrevistas a expertos y empresas interesadas en el tema y encuestas a clientes del target elegido para obtener datos concretos del mercado ecuatoriano en relación al turismo de romance y sus preferencias. Dentro de las respuestas obtenidas, varias empresas públicas y privadas estarían interesadas en tener paquetes de turismo de romance, dispuestas a promocionar y vender los paquetes en las empresas de turismo y apoyar a la nueva idea de proyecto con el fin de promover al país como un destino para casarse y realizar eventos.

Dentro de las encuestas se preguntó sobre destinos y características de porque las personas eligen destinos diferentes y servicios necesarios para estos eventos. Los encuestados respondieron que:

- ❖ Hacer eventos en Galápagos donde los recursos naturales permiten a los turistas hacer un evento personalizado y diferente gracias a la diversidad de flora y fauna en ese destino.
- ❖ Otra idea es crear eventos pequeños en la Amazonía en hosterías y hoteles como: Siona Lodge, ubicado en el parque Cuyabeno, Casa del

Suizo o Papallacta. Son algunos de los destinos que existen dentro del Ecuador y fueron nombrados en las encuestas.

Sin embargo, existen lugares ya posicionados en el mercado de turismo de romance que las parejas extranjeras los visitan como: el Caribe o destinos exóticos como Tahití, Hawai, República Dominicana, Miami, Las Vegas, o Grecia, destinos que ofrecen intimidad y ofrecen paquetes todo incluido para las lunas de miel. Como referencia, se podría estar ofreciendo los mismos servicios necesarios como: personal capacitado, agencias de viajes que estructuren paquetes, empresas que ofrezcan este tipo de servicio personalizado, lugares privilegiados, hoteles que brinden servicios de realización de eventos y seguridad adecuada para tomarlos en cuenta y crear paquetes que cuenten con todos los servicios necesarios. De tal manera que los turistas elijan los servicios de la empresa y compren los paquetes para realizarlos en el Ecuador.

Hoy en día el Ecuador cuenta con proveedores especializados para los servicios específicos en la organización de eventos. “En el Ecuador la industria del turismo ha crecido enormemente, solo en la provincia de Pichincha en el cantón de Quito, existen hoy en día registradas en la página web de la Superintendencia de Compañías 120 empresas dedicadas a la organización de eventos, servicio de catering y banquetes. De acuerdo a los porcentajes, las empresas dedicadas al sector servicios abarcan el 20.7% del total de pequeña y mediana empresa” (BID, s.f.).

De estas, sólo se identificó en su actividad económica, una que ofrece el servicio especializado para la creación y reserva de alojamiento para lunas de miel, pero ninguna otra realiza la planificación de la boda completa, ni vende paquetes estructurados.

La empresa conocida como: **BODAS ECUADOR**, es una agencia de viajes pero sólo opera vía internet, realizando bodas pequeñas y vende productos de lunas de miel dentro del Ecuador. A pesar de no tener muchos años en el mercado opera y gestiona el evento.

En la página web de la competencia, se puede leer sobre los servicios que se ofrecen dentro del país cuando las parejas ya eligen el destino de luna de miel o para realizar el evento. Es la única competencia directa que existe. Tomando ventaja de que no existen empresas dedicadas y especializadas en eventos que ofrezcan un servicio completo, nace la idea de crear una agencia de viajes que realice paquetes todo incluido con servicios especializados en la organización del evento y celebraciones que incluyan visitas a sitios turísticos y brinden un servicio de calidad y personalizado para satisfacer al cliente.

Es por eso que se realiza esta propuesta de la creación de una empresa especializada que será la creadora, operadora y comercializadora de los paquetes para realizar estos eventos con todo incluido. La agencia de viajes tendrá alianzas estratégicas con ciertas empresas de transporte, hospedaje y decoración de eventos para estas celebraciones.

El mercado objetivo son personas nacionales o del exterior interesadas en casarse en un destino diferente del habitual, con paquetes organizados que faciliten al cliente la realización de su evento personalizado y organizado.

1.8 AGENCIAS DE VIAJE

1.8.1 DEFINICIÓN

Según el artículo 87 del Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador. “La función de las agencias de viajes: es la prestación total de los servicios contratados. Las mismas que son creadas para facilitar a los clientes con la contratación de servicios turísticos y facilitar la accesibilidad de adquirirlos. La ventaja de las agencias es que si el cliente no utiliza los servicios, pueden reembolsarle o reponerle con otro servicio de similares características, según las políticas de la empresa. Si por esta sustitución el servicio resultare de inferior categoría, la agencia deberá reembolsar la diferencia”. (ReglamentoGeneraldeActividadesTurísticasdelEcuador, s.f.)

1.8.1.1 CLASIFICACIÓN DE LAS AGENCIAS DE VIAJE

Las agencias de viaje, por sus actividades y ámbito de actividad se clasifica en:

- ❖ Mayoristas
- ❖ Internacionales
- ❖ Operadora
- ❖ Agencias Duales

Tabla 9. Tipos de agencias de viajes

TIPOS DE AGENCIAS DE VIAJE	CARACTERÍSTICAS
MAYORISTAS	<p>Realiza, elaboran y venden paquetes turísticos fuera del territorio nacional</p> <p>Venden toda clase de servicios y paquetes turísticos del exterior a través de agencias de viajes internacionales.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ No puede vender directamente al público sino a través de las Agencias Internacionales y Operadoras legalmente registradas en el MINTUR
INTERNACIONALES	<p>Son agencias de viajes que venden, elaboran y organizan todo tipo de tickets aéreos nacionales e internacionales, más paquetes organizados.</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Venden directamente al público los paquetes de las Agencias Mayoristas y Operadoras legalmente registradas en el MINTUR. ✓ Estas agencias no pueden ofrecer ni vender productos que se realicen en el exterior y venderlos a otras agencias de viajes en territorio nacional.
OPERADORAS	<p>Son agencias de viajes que elaboran y venden paquetes turísticos dentro del territorio nacional directamente al público o a través de las otras agencias de viajes legalmente registradas en el MINTUR</p>
AGENCIAS DUALES	<p>Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.</p>

Nota: Tomado de Ley de Turismo-Agencias de Viajes, 2009, p.88-90

1.8.1.1.1 AGENCIA DE VIAJES DUAL

“Son agencias de viajes operadoras las que organizan, elaboran, venden y operan, directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes (mayoristas y minoristas), las mismas que ofrecen toda clase de servicios y paquetes turísticos a nivel nacional e internacional.

Según la Ley de Turismo del Ecuador, las agencias operadoras pueden ofertar y vender sus productos turísticos directamente de manera interna como externa”. (LeydeTurismo, s.f.).

1.8.1.1.1.1 ACTIVIDADES

Las actividades realizadas por las agencias de viajes son:

1. “Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos a nivel nacional.
2. Venta de los productos y servicios turísticos contratados a nivel nacional e internacional, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes.
3. Venta directa internamente de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país.
4. Reserva, compra y venta de todo tipo de tickets, entradas y boletos a todo tipo de espectáculos, áreas naturales, monumentos y museos dentro del país.
5. Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país.
6. Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos.
7. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.”

(ReglamentoGeneraldeActividadesTurísticasdelEcuador, s.f.).

“El Ministerio de Turismo realiza una evaluación previa para todo tipo de operación y programas turísticos a nivel nacional, exige a las agencias de viajes que se deben contratar guías turísticos que cuenten con licencias certificadas y sean especializados en el área para la que sean contratados.

En el caso del transporte turístico contratado dentro del país, los choferes deben tener vigente la licencia de conducir y los papeles en orden, para asegurar y ejecutar cualquier función terrestre. Contar con un registro y presentar al vehículo con el nombre y número de registro para operar. En caso de contratar guías para el recorrido igual tener licencia autorizada y actualizada que cuente con sello y cargo correspondiente. Si no cuentan con estos requisitos para el transporte turístico no podrán operar ni contratar ninguna persona natural o jurídica que no se encuentre registrada legalmente por el Ministerio de Turismo”.

(ReglamentoGeneraldeActividadesTurísticasdelEcuador, s.f.).

Se ha creado un plan de negocios que permitirá que el negocio tenga funcionalidad tanto para la nueva empresa como la infraestructura de los lugares elegidos en los servicios empaquetados y su gestión para la realización de eventos en dicho lugares.

La empresa contará con una oficina ubicada en el Distrito Metropolitano de Quito en el sector de la Mariscal, para atención al público y venta de paquetes.
Dirección: AV. Colón 13-70 y 9 de Octubre.

El otro medio de promoción y venta al cliente se lo realizará por medio de una página web y un blog para los clientes. Dentro de la página web se podrá elegir los destinos, servicios adicionales y los paquetes todo incluido para organizar cualquier tipo de evento, con el fin de satisfacer al cliente y permitirle conocer sobre todos los servicios y paquetes que hay.

2. CAPÍTULO II. PLAN DE NEGOCIOS

2.1 CONCEPTO Y NATURALEZA DE LA AGENCIA DE VIAJES DUAL

“BODAS & EVENTOS EN LA MITAD DEL MUNDO”

Es una agencia de viajes dual compañía limitada que hacen dos funciones simultáneamente. Elabora, crea paquetes los vende y los comercializa de manera nacional como internacional con tres líneas de producto dentro del segmento de: realización de bodas, lunas de miel y despedida de solteros/as. La empresa ofrece paquetes todo incluido, se especializa en este tipo de eventos en lugares hermosos del Ecuador. Se brindará diversión, aventura, cultura y la mejor experiencia vivida junto a sus familiares y amigos en un mismo lugar.

2.1.1 RESUMEN EJECUTIVO

Se creará una agencia de viajes basada en la investigación realizada para vender paquetes estructurados para realizar celebraciones y eventos relacionados en el segmento de turismo de romance, incluyendo despedida de solteros, lunas de miel y bodas. Luego se determinará la factibilidad de ejecución de este proyecto basado en la situación general del turismo de eventos y congresos dentro del Ecuador y se realizó una investigación de mercado a las empresas que venden este tipo de paquetes en la actualidad para conocer la oferta dentro del país.

2.1.2 MISIÓN

“Bodas & Eventos en la Mitad del Mundo es una agencia de viajes: crea, organiza y opera productos integrados de calidad para el segmento de turismo de romance: lunas de miel, bodas, despedidas de solteros, ofreciendo un servicio personalizado para satisfacer a sus clientes”.

2.1.3. VISIÓN

Para el año 2016 ser la empresa líder en operación de productos para turismo de romance en Ecuador, ofreciendo servicios de calidad, siempre a la vanguardia de las tendencias del mercado.

2.2 OBJETIVOS DE LA EMPRESA

2.2.1 GENERAL

- ❖ Generar una propuesta para la creación y operación de productos vinculados con el segmento de romance, estructurando paquetes para bodas, que contemplen todos los servicios turísticos y conexos para diversificar la oferta turística del Ecuador.

2.2.2 ESPECÍFICOS

- ❖ Crear paquetes que incluyan un servicio todo incluido: hoteles, destinos turísticos y tours.
- ❖ Desarrollar un blog de web 2- amigable y de fácil acceso para los clientes que elegirán según su preferencia el paquete indicado.

2.3 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

Valores

Nos enfocamos en servir de la mejor manera posible a nuestro cliente, esto se ve reflejado en los valores que caracterizan a nuestra empresa. Creemos firmemente que lo más importante que tenemos es nuestro cliente, por esta razón nuestro valor empresarial más importante es el Profesionalismo. Al ser profesionales, estamos en la obligación de entregar al cliente exactamente el producto por el que ha pagado, llenando y superando las expectativas del consumidor.

En BODAS Y EVENTOS somos profesionales con todos los agentes involucrados en nuestro negocio: clientes, proveedores, socios y empleados. Al

ser el profesionalismo el valor fundamental en nuestra empresa, nos vemos comprometidos en adaptar y acoger otros valores que nos ayudan a crecer tanto interna como externamente, estos valores son la amabilidad de nuestra gente para tratar a clientes y honestidad al momento de negociar con los proveedores y vender nuestros servicios a los clientes.

Competitividad: Ser una empresa estructurada y organizada para que los clientes confíen en la misma y marquen la diferencia por la calidad de servicio y entrega del empleado el momento de atender y satisfacer al cliente.

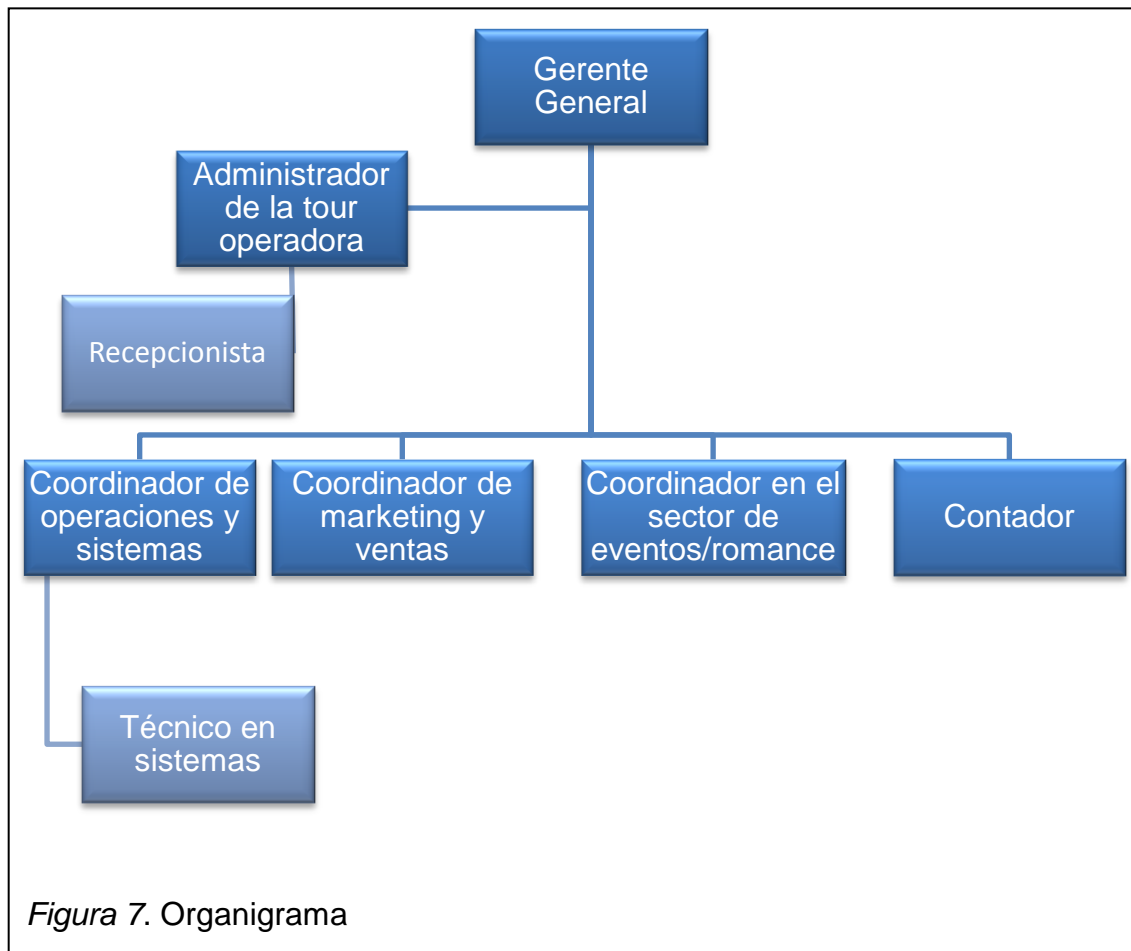
Ética: cumplir con lo que se ofrece al cliente al igual que ser transparentes con procesos éticos, legales y normados para la selección de proveedores.

2.3.1 OFICINA

Tiene un escritorio principal, 2 oficinas de los departamentos de marketing, finanzas, ventas y el escritorio del gerente y administrador. Además hay una pequeña área de reuniones.

La estructura física es una oficina de 30mts cuadrados en donde la puerta tiene que ser de uso exclusivo para el ingreso de los clientes a las oficinas, tiene dos baños y diferentes escritorios para cada integrante de la empresa el mismo que cuenta cada uno con computadora, la recepción, cuenta con un área de reuniones, hay una bodega para guardar documentos y material de promoción.

2.3.2 ORGANIGRAMA



Inicialmente la empresa cuenta con el Gerente General y es liderada por el administrador quien toma decisiones y conoce el proceso de cómo se llevan a cabo las cosas dentro de la empresa.

Dentro de la parte operativa todos los departamentos trabajan en conjunto ya que depende el uno del otro, pero el departamento de ventas es el encargado de crear los paquetes para ofrecer y atender al cliente.

2.3.3 FUNCIONES Y PERFILES DE LOS TRABAJADORES



PERFIL DE PUESTO

GERENTE GENERAL

Cargo	Gerente General
Área-Obra	Administrativa
Título Requerido	Ingeniero en Administración de Empresas o afines
Experiencia Requerida	3 años en cargos similares
Objetivo Principal del Cargo	
Representar, constituir y mantener en la empresa el contacto con proveedores, contactos y servicios turísticos e instituciones públicas y privadas.	
Competencias del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Búsqueda de Información ❖ Preocupación por el Orden y la Calidad ❖ Sinergia Organizacional ❖ Trabajo en Equipo ❖ Pensamiento Conceptual ❖ Desarrollo de Relaciones ❖ Visión Estratégica de Clientes y Mercado 	
Conocimientos del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Relaciones Humanas ❖ Manejo de Utilitarios (Word-Excel-Power Point- Internet) ❖ Planificación Estratégica ❖ Proyectos ❖ Conocimiento de manejo de Sabre ❖ Conocimientos financieros de software. 	
Interfaz	
Cliente Interno	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Administrador ❖ Contador ❖ Recepcionista ❖ Personal de ventas y marketing ❖ Encargado de eventos

Cliente Externo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Empresas Turísticas ❖ Agencias de Viajes ❖ Empresas especializadas en eventos.
Funciones del Cargo	
<i>Figura 8. Perfil Gerente General</i>	



PERFIL DE PUESTO

ADMINISTRADOR

Cargo	Administrador
Área-Obra	Administrativa
Título Requerido	Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas
Experiencia Requerida	2-3 años en cargos similares
Objetivo Principal del Cargo	
Ejecutar los negocios de la Operadora de Turismo y utilizar bien los bienes y servicios de la empresa.	
Competencias del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Búsqueda de Información ❖ Preocupación por el Orden y la Calidad ❖ Sinergia Organizacional ❖ Trabajo en Equipo ❖ Pensamiento Conceptual ❖ Uso de Sabre ❖ Desarrollo de Relaciones ❖ Visión Estratégica de Clientes y Mercado 	
Conocimientos del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos en Administración de negocios turísticos y presentar acreditación. ❖ Manejo de Utilitarios (Word-Excel-Power Point- Internet) ❖ Experiencia en manejo y motivación de grupos ❖ Manejo del Idioma Inglés ❖ Conocimientos en contabilidad y auditoría. 	

Interfaz	
Cliente Interno	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Jefe ❖ Contador ❖ Recepcionista ❖ Personal de ventas y marketing
Cliente Externo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Proveedores ❖ Agencias de Viajes ❖ Empresas especializadas en eventos.
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Atender a clientes internos y externos. ❖ Contratar guías ❖ Realizar pagos al personal, proveedores de bienes, insumos y de servicios externos a la Operadora ❖ Vigilar la recaudación e inversión, así como el correcto uso de los bienes de la Operadora ❖ Rendimiento de cuentas 	
Responsabilidades del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mobiliario de oficina. ❖ Control de caja chica ❖ Archivos confidenciales de flujo de caja. 	

Figura 9. Perfil Administrador Agencia de Viajes



PERFIL DE PUESTO

RECEPCIONISTA

Cargo	Recepcionista
Título Requerido	Bachiller o estudiante universitario
Experiencia Requerida	1 año
Objetivo Principal del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Controlar el ingreso y salida de personas, atender llamadas a clientes externos como internos y proveedores, recibe, realizar y emite 	

facturas, para pagar o cobrar.	
Competencias del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Preocupación por el Orden y la Calidad ❖ Relaciones interpersonales ❖ Trabajo en Equipo ❖ Facilitar la vida al Cliente 	
Conocimientos del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Manejo de Utilitarios (Word, Excel, Internet) ❖ Manejo de Central Telefónica ❖ Manejo de Sabre 	
Interfaz	
Cliente Interno	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Jefe ❖ Administrador
Cliente Externo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Público en general
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Registro de asistencia y salida del personal ❖ Atención, control y registro de las personas que ingresan y salen ❖ Atención telefónica ❖ Envío y recepción de correspondencia 	
Responsabilidades del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Información (registro de asistencia de personal, registro de personas que ingresan y salen) ❖ Mobiliario de oficina. 	
<i>Figura 10. Perfil Recepcionista</i>	



PERFIL DE PUESTO

COORDINADOR Y SUPERVISOR DE EVENTOS / TURISMO DE ROMANCE

Cargo	Coordinador y Supervisor de eventos
Área-Obra	Eventos
Título Requerido	Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas con especialización en eventos y congresos.

Experiencia Requerida	3 años
Objetivo Principal del Cargo	
Guiar al cliente externo para adquirir el producto de calidad de la operadora de turismo.	
Competencias del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Orientación a Resultados y Ejecución ❖ Pensamiento Analítico ❖ Pensamiento Conceptual ❖ Preocupación por el Orden y la Calidad ❖ Impacto e Influencia ❖ Innovación ❖ Manejo de Sabre ❖ Iniciativa 	
Conocimientos del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimientos en Administración de negocios turísticos y presentar acreditación. ❖ Manejo de Utilitarios (Word-Excel-Power Point- Internet) ❖ Realización de eventos ❖ Conocer sobre los proveedores ❖ Experiencia en manejo y motivación de grupos ❖ Manejo del Idioma Inglés ❖ Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas ❖ Aspectos laborales de empleados fijos y ocasionales de la empresa ❖ Técnicas básicas de liderazgo, ventas, negociación y gestión de personal ❖ Planificación de paquetes turísticos ❖ Comercialización turística por internet. 	
Interfaz	
Cliente Interno	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Jefe ❖ Administrador ❖ Personal de Operaciones
Cliente Externo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Proveedores ❖ Agencias de Viajes ❖ Empresas especializadas en eventos. ❖ Público en General.
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Representar a la organización ❖ Definir estrategias 	

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Asegurar la satisfacción del cliente ❖ Liderar el equipo de trabajo una vez realizada la venta del producto ❖ Supervisar el servicio de atención al cliente ❖ Establecer políticas de seguridad y privacidad ❖ Mejorar la eficacia de los servicios que eleven la calidad de los productos ofertados al cliente y la imagen de la empresa; ❖ Orientar la atención personalizada en la selección del servicio solicitado por el cliente; ❖ Verificar el cumplimiento de contratos, servicios ofertados y el mantenimiento de la documentación necesaria.
Responsabilidades del Cargo
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Mobiliario de eventos. ❖ Seguimiento del desarrollo de los diferentes eventos.

Figura 11. Perfil Coordinador y Supervisor de Eventos/ Turismo de Romance



PERFIL DE PUESTO

CONTADOR

Cargo	Contador Público CPA
Área-Obra	Financiera
Título Requerido	Tercer Nivel en Contabilidad y Auditoría, o carreras afines
Experiencia Requerida	2 años
Objetivo Principal del Cargo	
Implementa, planifica y maneja todo el sistema operativo para las cuentas, al igual que tiene conocimiento de las políticas de pago, de contrato y maneja los contratos de manera interna y externa siguiendo las políticas, normas y procedimientos contables y financieros.	
Competencias del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Búsqueda de Información ❖ Autocontrol ❖ Impacto e Influencia ❖ Orientación a Resultados y Ejecución ❖ Pensamiento Analítico 	

<ul style="list-style-type: none"> ❖ Preocupación por el Orden y la Calidad ❖ Responsabilidad Organizacional ❖ Sinergia Organizacional ❖ Visión de Negocios 	
Conocimientos del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento de relevamiento de procesos, detección de controles ❖ Conocimiento en planificación de tareas ❖ Manejo de excel, access, acl, idea, software de auditorías ❖ NIIFS ❖ Manejo tributario 	
Interfaz	
Cliente Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador
Cliente Externo	<ul style="list-style-type: none"> • No existe contacto externo
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Apoyar en el desarrollo e implantación de políticas, normas y procedimientos a fin de contribuir a la estandarización de los procesos de la organización ❖ Divulgar y distribuir las políticas ❖ Apoyar en la Auditoría de los procesos administrativos, contables y fiscales y emitir informes ❖ Realizar seguimiento a las recomendaciones efectuadas. ❖ Manejo de utilitarios (Word, Excel, Power Point, Internet) 	
Responsabilidades del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Información ❖ Mobiliario de oficina. 	

Figura 12. Perfil Contador



PERFIL DE PUESTO

COORDINADOR DE VENTAS Y MARKETING

Cargo	Coordinador de Ventas y Marketing
Área-Obra	Ventas
Título Requerido	Ingeniero en Marketing y Publicidad, o carreras afines
Experiencia Requerida	2 años

Objetivo Principal del Cargo	
Planificar e identificar los productos que se venden para cumplir con las estrategias y objetivos de la empresa siguiendo las políticas, normas y procedimientos que cuenta la empresa.	
Competencias del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Orientación a Resultados y Ejecución ❖ Pensamiento Analítico ❖ Pensamiento Conceptual ❖ Preocupación por el Orden y la Calidad ❖ Responsabilidad Organizacional 	
Conocimientos del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Conocimiento de marketing y manejo de estrategias de ventas ❖ Conocimiento en planificación de tareas ❖ Manejo de excel, access, idea, software ❖ Manejo de Sabre ❖ Manejo tributario 	
Interfaz	
Cliente Interno	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Administrador ❖ Jefe
Cliente Externo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ No existe contacto externo
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Administrar los servidores que se están utilizando para las ventas ❖ Crear nuevas estrategias de ventas y marketing para ofertar los paquetes ❖ Hacer un seguimiento a los clientes ❖ Capacitar al personal ❖ Contactar y coordinar con proveedores 	
Responsabilidades del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Información ❖ Medir, desarrollar y evaluar estrategias para competir ❖ Mobiliario de oficina. 	

Figura 13. Perfil Coordinador de Ventas y Marketing



PERFIL DE PUESTO

COORDINADOR DE ÁREA DE OPERACIONES Y SISTEMAS

Cargo	Coordinador de área de operaciones y sistemas
Área-Obra	Reservas
Título Requerido	Egresado de hotelería y turismo
Experiencia Requerida	1-2 años
Objetivo Principal del Cargo	
Atender demandas de viajes y su operación, comprometiéndose con la excelencia en la prestación de los servicios.	
Competencias del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Comunicación oral clara, articulada y precisa, principalmente por teléfono; ❖ Comunicación escrita. ❖ Toma de decisiones ❖ Trabajo bajo presión ❖ Negociación de servicios ❖ Pensamiento Analítico ❖ Sinergia organizacional ❖ Trabajo en equipo 	
Conocimientos del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planear y programar actividades ❖ Comunicarse con el turista y los proveedores: ❖ Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas; ❖ Servicios turísticos; ❖ Técnicas de ventas y de negociación; ❖ Manejo de documentos mercantiles; ❖ Ley Orgánica de Defensa del Consumidor; ❖ Características de productos y servicios comercializados; ❖ Principales aspectos histórico-geográficos, culturales, socio-económicos, gastronómicos y legales del destino turístico; ❖ Medios de acceso a servicios y atracciones turísticas, locales de 	

<p>compra y diversión, y sus respectivas condiciones de seguridad, costo, horario y reservas;</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Rutinas involucradas en la emisión de boletos aéreos y otros documentos de viaje; ❖ Operación de los principales sistemas de distribución de ventas y reservación de servicios turísticos; ❖ Manejo de Sabre ❖ Rutinas de informática operacionales y administrativas; ❖ Manejo de información turística por internet; ❖ Vocabulario técnico del área; ❖ Manuales, tarifarios, directorios, requisitos de migración y aduanas; 	
Interfaz	
Cliente Interno	<ul style="list-style-type: none"> • Administrador • Personal de Operaciones
Cliente Externo	<ul style="list-style-type: none"> • Agencias de viajes • Proveedores
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Organizar excursiones y actividades de acuerdo con la edad de los turistas, costos, atractivos, locales turísticos y finalidades específicas, como ferias, congresos y otros ❖ Mantener contactos con empresas o proveedores de servicios turísticos ❖ Exponer planes de viajes para bodas, lunas de miel o despedidas de solteros explicar sobre las excursiones y demás productos y servicios ❖ Cooperar con el equipo de trabajo, para asegurar la toma de decisiones sobre viajes adecuados con los deseos del turista ❖ Apoyo en las diferentes áreas de la empresa 	
Responsabilidades del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estar al día en reservas, hacer el seguimiento y tener los detalles de los vuelos y de cada cliente. 	
<p><i>Figura 14. Perfil Coordinador de Área de Sistemas y Operaciones</i></p>	



PERFIL DE PUESTO
TÉCNICO EN SISTEMAS

Cargo	Técnico en Sistemas
--------------	---------------------

Área-Obra	Reservas
Título Requerido	Egresado en Sistemas y Gestión
Experiencia Requerida	1-2 años
Objetivo Principal del Cargo	
Atender a los trabajadores de la agencia de viajes en problemas técnicos con computadoras y operación.	
Competencias del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Comunicación oral clara, articulada y precisa ❖ Comunicación escrita. ❖ Toma de decisiones en la parte operativa y sistemas ❖ Trabajo bajo presión ❖ Negociación para obtener repuestos económicos y garantía ❖ Pensamiento Analítico para mejorar sistema operativo ❖ Sinergia organizacional ❖ Trabajo en equipo 	
Conocimientos del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Planear y programar actividades dentro de la página web; ❖ Comunicarse con los proveedores para obtener repuestos y beneficios; ❖ Manejo de computadoras, sistemas en red, sistemas en línea y web 2.0; ❖ Técnicas de ventas y de negociación; ❖ Características de productos y servicios comercializados; ❖ Rutinas involucradas en la emisión de boletos aéreos; ❖ Operación de los principales sistemas de distribución de ventas y reservación de servicios turísticos; ❖ Manejo de Sabre ❖ Manejo de información turística por internet; ❖ Vocabulario técnico del área; 	
Interfaz	
Cliente Interno	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Administrador ❖ Personal de Operaciones
Cliente Externo	<ul style="list-style-type: none"> ❖ Agencias de viajes ❖ Proveedores
Funciones del Cargo	
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Organizar los medios de comunicación y en red ❖ Mantener contacto con empresas o proveedores para mejorar las 	

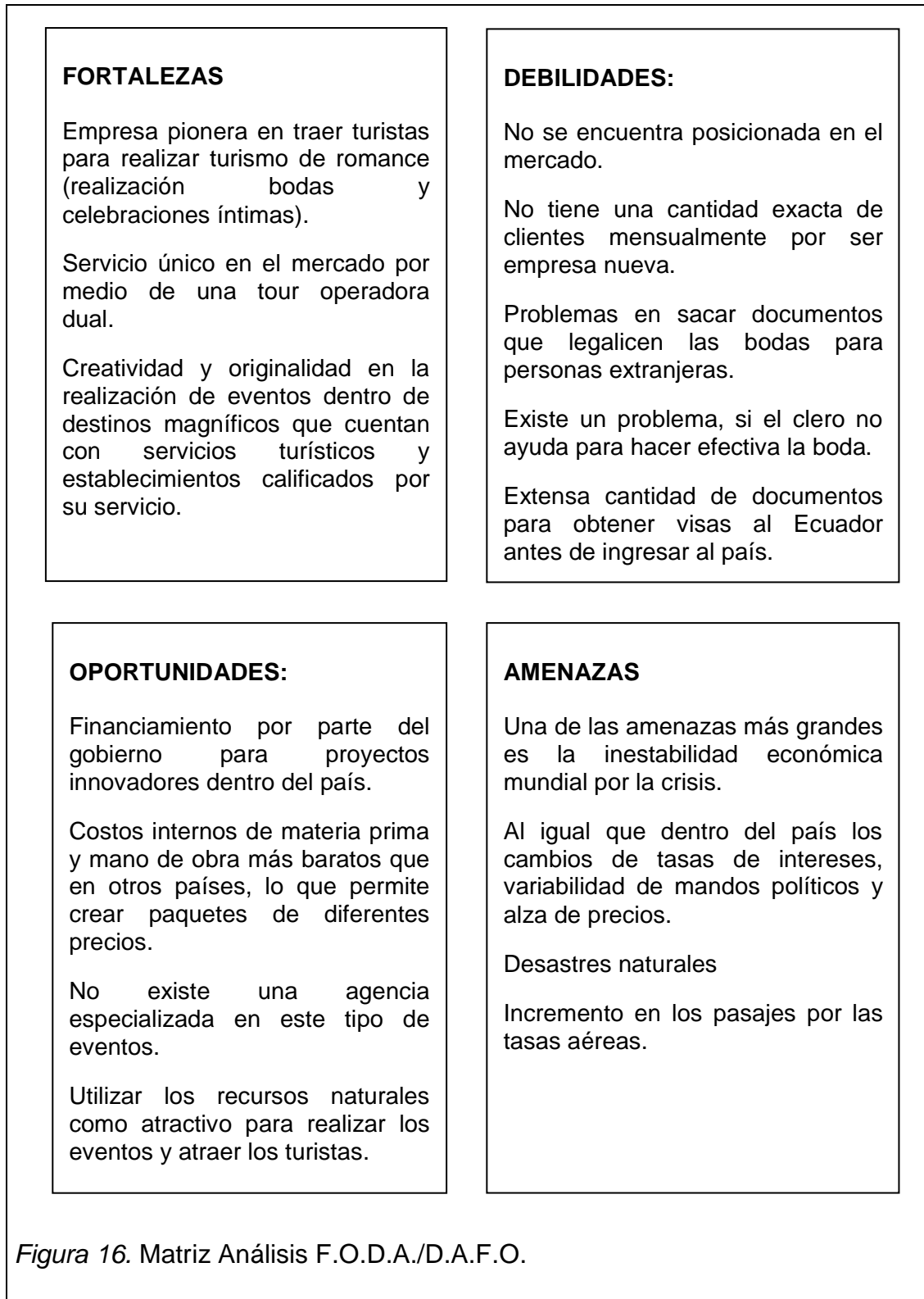
<p>técnicas de venta vía web</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ Disponer de tiempo para crear nuevos blogs y medios para mejorar la accesibilidad en la página web ❖ Cooperar con el equipo de trabajo, para asegurar la toma de decisiones en el área operativa y obtener el apoyo en las diferentes áreas de la empresa
Responsabilidades del Cargo
<ul style="list-style-type: none"> ❖ Estar al día en todo el sistema operativo, sin que existan trabas o falta de conexión vía Internet.

Figura 15. Técnico en Sistemas

2.3. 4 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La Agencia “Bodas & Eventos, en La Mitad del Mundo”, se crea con el objetivo de crear, vender y operar paquetes todo incluido para turismo de romance y realización de eventos dentro del Ecuador. Exclusivo para turistas extranjeros y nacionales, quienes deseen venir a celebrar eventos sociales, religiosos y de bodas en un país que ofrece lugares hermosos, que cuentan con la infraestructura adecuada para ofrecer a los invitados: tours guiados en varios lugares del país (complemento del paquete y los servicios adicionales ofrecidos). Con el fin de crear en el visitante una experiencia nueva, combinando las celebraciones religiosas utilizando los recursos naturales y el patrimonio turístico del Ecuador, convirtiéndolo en un destino de bodas y eventos a nivel internacional.

2.3.5 MATRÍZ DEL ANÁLISIS F.O.D.A / D.A.F.O



2.3.6 VENTAJA COMPETITIVA

Una de las ventajas competitivas de la idea de negocio es que no existen empresas que atiendan a este segmento de mercado de manera más formal, estructurada y organizada (producto) creación de paquetes. Utilizar el patrimonio turístico del Ecuador para promocionar este tipo de eventos y atraer a los turistas para que sea un destino atractivo, en el cuál las parejas escojan para realizar sus eventos. Existe un mercado internacional que ahora quiere conocer destinos nuevos e incluso el Ecuador hoy en día es considerado a nivel internacional como uno de los lugares más importantes de visitar a nivel global para el mercado interno y externo. Personalización de servicios, gustos y preferencias para los clientes que elijan comprar nuestros productos.

Se garantizará la operación del paquete, se capacitará a los operadores para que cumplan con todo lo ofrecido en los paquetes y sepan atender al cliente ya que ofrecemos un servicio personalizado, al igual para que cumplan con los tiempos y servicios ofrecidos.

El valor agregado que brinda la empresa Bodas & Eventos en las Mitad del Mundo es ofrecer un evento personalizado, además de un tour estructurado con destinos turísticos cercanos al lugar donde se llevará a cabo el evento.

Una vez finalizado los servicios contratados a la empresa Bodas & Eventos en la Mitad del Mundo, se ofrece la opción, tanto para invitados como para los novios, de contratar paquetes turísticos en diferentes destinos turísticos que ofrece el Ecuador. Con esto nuestra empresa promueve el turismo en distintos lugares del país. Valores referenciales de paquetes tomado de la agencia de viajes (Middle Earth Agencia de viajes).

Tabla 10. Ventaja competitiva

VENTAJA COMPETITIVA	
1	SERVICIO PERSONALIZADO
2	EMPRESA ESPECIALIZADA EN EVENTOS DE TURISMO DE ROMANCE
3	POCA OFERTA
4	NO VENDEN A NIVEL MASIVO
5	EVENTOS EN DESTINOS ÚNICOS EN EL MUNDO

3. CAPÍTULO III. INVESTIGACIÓN DE MERCADO

3.1 OBJETIVOS

3.1.1 OBJETIVO GENERAL DEL ESTUDIO

Conocer las características de la oferta, demanda del segmento de turismo de romance dentro del país, para la realización de bodas en diferentes regiones y ciudades del Ecuador.

3.1.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DEL ESTUDIO

- ❖ Realizar un estudio de las características de la oferta y demanda del segmento de romance.
- ❖ Identificar las características de consumo del sector de romance fuera de su país de origen o ciudad
- ❖ Determinar el perfil de visitante para el segmento de romance con el fin de conocer que busca el turista para realizar estos eventos y ceremonias dentro del Ecuador.
- ❖ Desarrollar un instrumento para tomar datos cuantitativos y cualitativos orientado a la demanda
- ❖ Calcular el tamaño de la muestra

3.2 LIMITANTES ENCONTRADOS EN LA INVESTIGACIÓN

El mayor problema para este proyecto fue la poca información encontrada para obtener referencias y realizar un trabajo con mayor cantidad de datos estadísticos. Además, la falta de conocimiento del turismo de romance en las agencias de viajes tour operadoras y en la planta turística. Lo único que se utilizó, como referencia fueron dos documentos realizados por el Ministerio de Turismo, la investigación de mercado realizada por la autora al igual que encuestas y entrevistas a expertos.

De la misma forma se trató de mantener reuniones con el Ministerio de Turismo, Quito Turismo, OPTUR (Asociación Nacional de Operadores Turísticos Receptivos) y otros, pero no se obtuvo ningún tipo de información, a

excepción de Quito Turismo, los únicos que tenían cierto conocimiento en el sector de turismo de romance, por lo que hubo este factor limitante para conocer más a fondo sobre el tema dentro del país.

La empresa debe primero ser presentada para que ver la aceptación de la idea dentro del mercado ecuatoriano con el fin de crear alianzas estratégicas, ampliando el turismo de romance dentro del Ecuador. Lo que permitirá al sector turístico y sector de eventos y congresos hacer eventos religiosos que sean celebrados en destinos hermosos del país, no explorados.

3.3 METODOLOGÍA

3.3.1 TIPOS DE INVESTIGACIÓN

Para empezar la investigación se utilizaron dos tipos de técnicas la cualitativa y cuantitativa, conocidas como investigación exploratoria. Estas nos permiten profundizar sobre ideas exactas y conocer lo que desea el mercado nacional y extranjero en relación a bodas, lunas de miel y despedidas de solteros.

Se utilizará la investigación cualitativa de manera exploratoria para conocer sobre los gustos, preferencias y opiniones de los clientes. Con este tipo de técnica se obtendrá datos subjetivos pero no concretos. Es por eso que se realizaron entrevistas a expertos para conocer datos generales de las preferencias de los clientes y se obtuvo información sobre sus experiencias y opiniones en el tema. Al igual que se utilizarán, dos documentos referenciales tomados del Ministerio de Turismo.

De igual manera se realizó la investigación cuantitativa con encuestas desarrolladas por la autora las mismas que se realizaron a agencias de viajes tour operadoras con el fin de recolectar información de las mismas, las que serán las encargadas de ofrecer y promocionar los paquetes creados en el mercado.

3.3.2 INSTRUMENTOS FUENTES

3.3.2.1 DOCUMENTOS UTILIZADOS PARA LA INVESTIGACIÓN

El Ministerio de Turismo del Ecuador desarrolló ciertos documentos que se utilizaron como información de soporte para realizar este trabajo, ya que, no existe suficiente información en libros, ni empresas dedicadas al turismo de romance que realicen eventos para el target y mercado elegido en este proyecto.

A pesar, de que la información del Ministerio de Turismo se basa en el turismo interno y externo de manera general dentro del Ecuador, se observó que una de las ventajas de este proyecto es que el turismo de romance no es nombrado ni explorado dentro del país. De manera que, el planteamiento de este proyecto, es crear una agencia de viajes que realice paquetes que promocionen al país como un destino de bodas y romance.

Para obtener información numérica y datos importantes para sustentar el proyecto, se utilizaron los dos documentos creados por el Ministerio de Turismo, los cuales permitieron obtener información para conocer el mercado ecuatoriano y en base a lo obtenido, se realizó un plan de negocio que demuestra que existe la demanda dentro del país pero no ha sido explorada.

Primero: “El Plan de Desarrollo de Turismo Sostenible del Ecuador (PLANDETUR 2020) se lo utilizó para seguir líneas estratégicas que guían a las personas encargadas de promover el turismo durante los próximos años, al igual que entender el desarrollo sostenible integral y el desarrollo humano en armonía con la naturaleza. Partiendo de lo nombrado por la Ex-Ministra de Turismo del Ecuador, María Isabel Salvador, dice El Ecuador necesita desarrollo turístico sostenible que cuide nuestra riqueza histórico-cultural, el medio ambiente, las comunidades y reactive la economía. Por ello, en el Ministerio de Turismo trabajamos elaborando el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible con visión al año 2020”. (PLANDETUR 2020,s.f.).

Segundo: El Plan Integral de Marketing del Ecuador (PIMTE 2014), que nos permitió analizar y visualizar las estrategias para que el Ecuador se promoció de mejor manera a nivel internacional con su nueva marca país y se conozcan los destinos estratégicos que venden nuevos productos reestructurados para potencializar el turismo, con el fin de generar mayor cantidad de visitantes y uso de servicios turísticos, incrementando el gasto diario por turista. Dentro de este documento, se fijan metas y objetivos que se quieren cumplir para en el año 2014, mejorando las estrategias para ofrecer productos turísticos de calidad.

Usando como referencia estos documentos se puede ver que existe mucho interés por parte del Ministerio de Turismo en crear ideas innovadoras, mejorar la calidad del turismo y de sus establecimientos, utilizando los recursos tangibles e intangibles para posicionar al país. Además, dar a conocer la cultura, la gastronomía, las costumbres, los destinos e historia, para que los turistas se interesen y lleguen a vivir una experiencia nueva en un país magnífico, con el fin de que todos los sectores del turismo sean beneficiados.

Luego de realizar una investigación se identificó que la nueva idea de proyecto es factible ya que existen varios hoteles, haciendas y lugares que cuentan con la infraestructura adecuada entre otros factores como: transporte, accesibilidad, habitaciones, paquetes adicionales para realizar actividades de aventura y tiene servicios adicionales que permitirán realizar estos eventos.

Una vez realizadas las entrevistas y encuestas en agencias tour operadoras, se logró observar que el Ecuador no tiene explorado este tipo de turismo de romance dentro de la planta turística, con los resultados obtenidos se llegó a la conclusión que el país debería explorar este nuevo mercado, el mismo que será promocionado por medio de la creación de la nueva agencia de viajes, la misma que se haría cargo de comercializar el producto creando paquetes para la realización de este tipo de celebraciones como: despedidas de solteros, lunas de miel y bodas.

Regresando a los documentos referenciales que presentan objetivos y metas de desarrollo, se logró analizar que con el nuevo proyecto, el país no solo lograría cumplir uno de los objetivos del PIMTE, sino que incrementaría el consumo diario por turista en estadía.

En el año 2006 se estimó que los turistas gastaban un promedio de 567\$ por estadía, valor tomado del PLANDETUR 2020, y como objetivo se quiere para el año 2014 incrementar ese gasto por turista. Con el nuevo proyecto, luego de realizar la investigación de mercado, los turistas gastarían hasta 2000\$ por 3 días con un gasto estimado de 667\$ por estadía con este tipo de eventos. Lo que incrementa el gasto promedio por turista en estadía. Lo que permitirá abrir un nuevo mercado en la rama del turismo, con el fin de atraer a los turistas con paquetes todo incluido para promocionar al Ecuador como un destino de romance. (PLANDETUR 2020, s.f.).

Partiendo de la falta de conocimiento de este tipo de turismo se realizó un plan de negocio para crear una agencia de viajes especializada en eventos, la misma que tendrá doble funcionalidad para ser la mediadora y promocionar el producto por medio de la creación de paquetes y también comercializarlos a nivel nacional e internacional. De manera que otras empresas se interesen en comprar paquetes

La otra información fue tomada del Catastro 2012 para escoger todas las agencias de viajes tour operadoras que existen en el mercado y están legalmente aprobadas por el Ministerio de Turismo. De las 245 existentes se escogieron 150 según el tamaño de la muestra para hacer las encuestas y de esa forma conocer qué cantidad de empresas ofrecen o no, turismo de romance dentro del país.

Con el fin de determinar si hay paquetes para este nuevo segmento de mercado y en caso de que no lo haya identificar los destinos más visitados que podrían estar interesados en ofrecer este servicio y abrir nuevos mercados. Haciendo una recolección de datos e información, a los cuales se les realizará la encuesta pre diseñada.

Se conocerá lo que ofrecen los destinos ya posicionados en el mercado, se contactará con empresas que ofrezcan estos servicios y se obtendrá la información sobre lo que prefieren las parejas para los matrimonios y celebraciones.

Para conocer más detalles se necesitará de un análisis cualitativo con encuestas y entrevistas con expertos, quienes darán su opinión con juicio crítico en base a su experiencia profesional sobre la idea de negocio. Se necesita de datos reales, estadísticos y buscar fuentes secundarias para conocer los detalles que no se logren conseguir por medio de fuentes primarias para elegir los destinos más visitados y crear los paquetes.

Los segmentos de mercado serán divididos en dos: El primero es el segmento de mercado nacional, ya que hoy en día muchos ecuatorianos/as se casan con personas extranjeras, y el otro segmento de mercado es internacional, ya que hay extranjeros que han venido al Ecuador para casarse.

Se realizarán tablas estadísticas para determinar varios factores y obtener información que permita crear de forma correcta los paquetes al igual que se pueda identificar el segmento de mercado.

Una vez elegidos los destinos más visitados y reconocidos por factores culturales o recursos naturales, se averiguará si los mismos cuentan con los servicios necesarios para estos eventos como: infraestructura, acceso, medios de transporte, proveedores, capacidad de hospedaje y otros servicios. De esa manera se obtendrá la oferta existente y se empaquetarán todos los servicios creando paquetes de diferentes precios.

3.3.3 LÍNEAS DE ACCIÓN

- ❖ Obtener la información mediante las agencias de viajes para conocer que busca el cliente, cuales son las tendencias y ver si la nueva idea atrae al mercado existente.
- ❖ Recopilar información de las tour operadoras para conocer sobre los lugares más visitados del Ecuador.

- ❖ Unir la información y sacar lo requerido para la investigación.
- ❖ Establecer métodos estadísticos, según el tamaño de la muestra para analizarlos.
- ❖ Crear y realizar encuestas y entrevistas que permitan tener un mejor conocimiento con la recopilación de investigación.
- ❖ Tabular la información obtenida
- ❖ Analizar las líneas de acción y obtener las conclusiones

3.4 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO

3.4.1 DETERMINACIÓN Y TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para determinar la muestra se realizó un estudio de mercado

3.4.1.1 DESARROLLO DE LA MUESTRA

Para realizar el estudio de mercado se debe tomar en cuenta la cantidad de tour operadoras del Catastro del 2012, las mismas que deben estar interesadas en comprar este tipo de paquetes. Existen 245 tour operadoras, registradas en Quito en el Catastro Turístico manejado por el Ministerio de Turismo las mismas que se utilizaron para conocer el universo.

“Para la conocer el tamaño de la muestra se utilizó la siguiente fórmula”
(Determinación Demuestras, s.f.):

Ecuación 1

$$n = \frac{Z^2 pq N}{NE^2 + Z^2 pq}$$

Nota: Tomado de página web Determinación de muestras (Ecuaciones)

n= tamaño de la muestra

Z = nivel de confianza

p = variabilidad positiva

q = variabilidad negativa

N = tamaño de la población

E = error

Se reemplazaron los valores en la fórmula

$n = ?$

$Z =$ nivel de confianza al 95% valor constante 1.96

$p = 50\%$

$q = (1 - P)$

$N = 245$

$E =$ error

Ecuación 2

$$n = \frac{1.96Z^2 * 0,5 (0,5) * 245}{245 * (0.025)^2 + (1.96)^2 * 0.5 (0.5)}$$

Ecuación 3

$$n = \frac{235,298}{1.5729}$$

Resultado

$$n = 150$$

Lo que equivale redondeado a que se deben hacer 150 encuestas para obtener la investigación de mercado de acuerdo a la muestra y el universo utilizado.

3.4.2 DISEÑO DE LOS INSTRUMENTOS UTILIZADOS

3.4.2.1 ENCUESTA

“La encuesta es una búsqueda sistemática de información en la que el investigador realiza preguntas a las personas que quiere investigar sobre los datos que desea obtener, una vez terminada la investigación reúne estos datos individuales y los tabula por medio de gráficos, tablas obteniendo conclusiones positivas o negativas según lo investigado”.
(Uco,s.f.)



Encuesta realizada a tour operadores y empresas que realizan eventos sociales

Ecuador un Destino para casarse

Instrucciones:

- ❖ Encierre en un círculo su respuesta
- ❖ De tener espacios vacíos, llénelos con su opinión

1. ¿Ha escuchado sobre el Turismo de Romance en el Ecuador?

Si o no

2. ¿Usted ha trabajado con algún grupo de este segmento?

Si o no

3. ¿Cuáles son los segmentos de turistas que más se interesarían y vendrían por este tipo de Turismo de Romance?

Como:

Lunas de miel

Despedida de solteros

Bodas

Renovación de votos

4. ¿Conoce algún destino turístico que realice Turismo de Romance dentro del Ecuador?

Haciendas

Amazonía

Playas

Ciudades

Cruceros

Otros, especifique

5. ¿Qué tipo de servicios contratan los turistas dentro del Ecuador?

Todo incluido

Venta de servicios sueltos_____ cuáles son?:_____

6. Tipos de servicios que consumen los turistas

Alojamiento

Alimentación

Transporte

Tours

Organización de eventos matrimoniales

Organización de eventos empresariales

Organización de eventos personalizados

Otros, cuales:_____

7. Este segmento de turistas son:

Nacionales

Extranjeros

Mixto

8. ¿Qué edad promedio tiene el turista que ingresa al Ecuador para este tipo de turismo?

Menos de 35 años

De 36 a 45 años

De 45 a 65 años

Más de 65 años

9. ¿Cuántos días se quedan los turistas en el país?

Menos de 5 días

De 5 a 7 días

Más de 7 días

10. Los turistas viajan en:

Grupos	
Familias	
Parejas	
Solos	

11. En su opinión qué cantidad de dinero gastan en promedio, por persona

\$500- \$1.000

\$1.000-\$2.000

Más de \$2.000

12. ¿Por qué medio de información se informa el cliente?

Internet

Web 2.0

Propaganda

Vallas

AAVV

Especialistas en organización de eventos

Paquetes turísticos que ofrecen los hoteles

13. ¿En qué temporadas del año prefieren los turistas comprar este tipo de paquetes?

Enero- Abril

Mayo-Agosto

Septiembre- Diciembre

14. ¿Estarían interesados en ofertar ustedes como empresa algún tipo de turismo de romance?

Si o No

15. ¿Qué lugares turísticos promocionarían para estos eventos? Especifique:

Haciendas

Amazonía

Playas

Ciudades

Cruceros

Otros, especifique

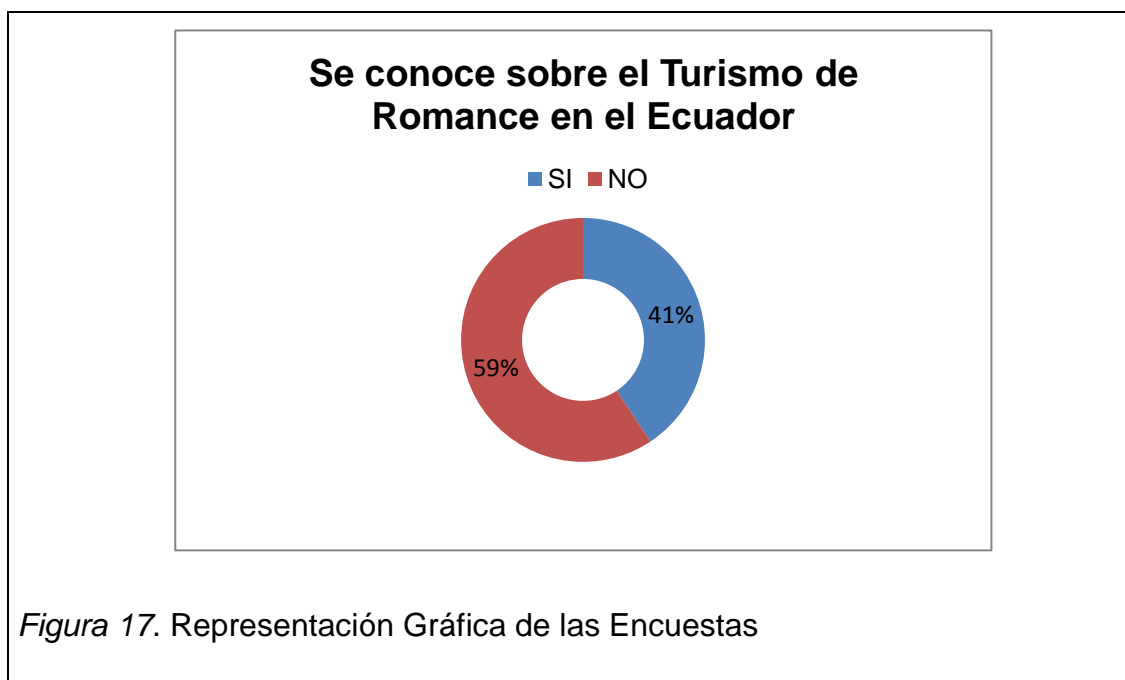
16. ¿Estaría usted interesado como tour operadora en comprar este tipo de paquetes de Turismo de Romance a una empresa mayorista y venderlos?

Si o No

3.4.2.2 INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS Y TABULACIÓN

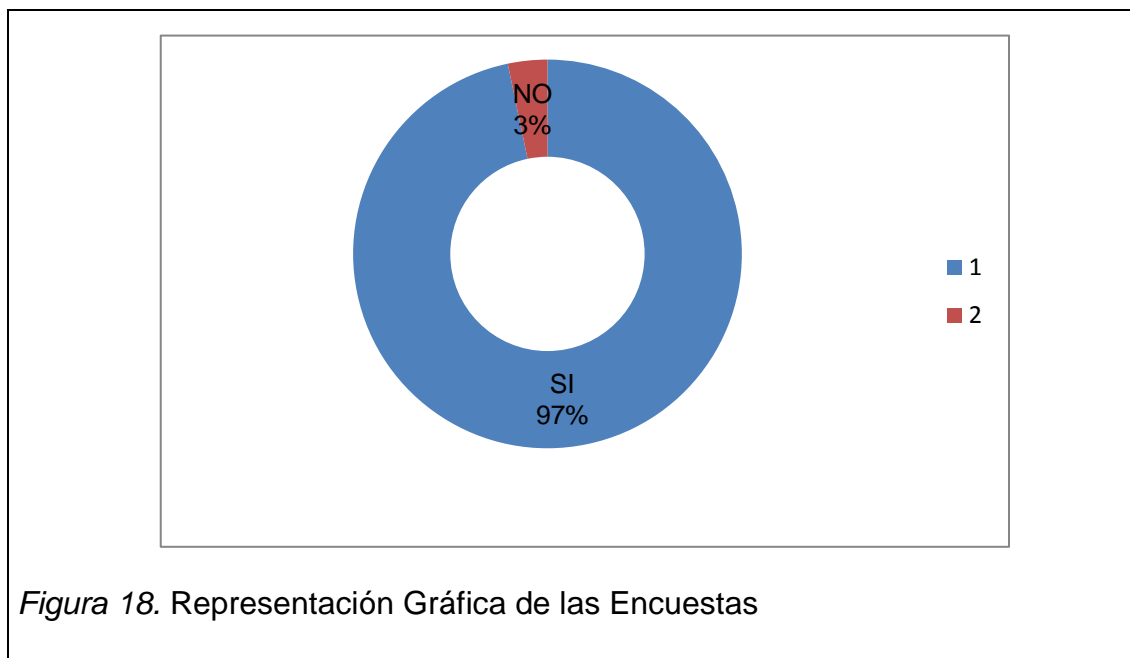
Para realizar la tabulación, se realizó el conteo de las respuestas obtenidas. Los resultados fueron obtenidos de las tour operadoras, las mismas que serán las encargadas de vender los nuevos paquetes creados con la nueva idea de negocio. Para obtener esa información se recurrió al catastro de empresas turísticas de agencias de viajes/ tour operadoras 2012, las mismas que hoy en día sólo venden paquetes de lunas de miel.

1. ¿Ha escuchado sobre el Turismo de Romance dentro del Ecuador?



De las 150 agencias de viajes encuestadas la mayoría dijeron que no conocen sobre el Turismo de Romance en términos generales. Por lo tanto, de las 150 encuestas 61 que representan el 41% han escuchado sobre el turismo de romance, pero que no está definido dentro de la Planta Turística, las empresas sólo venden paquetes de lunas de miel en hosterías o en Galápagos. En cambio, las 89 encuestas restantes que significa el 59% respondieron que no conocen sobre este tipo de turismo dentro del país, lo que significa que este tipo de turismo no está identificado en el país.

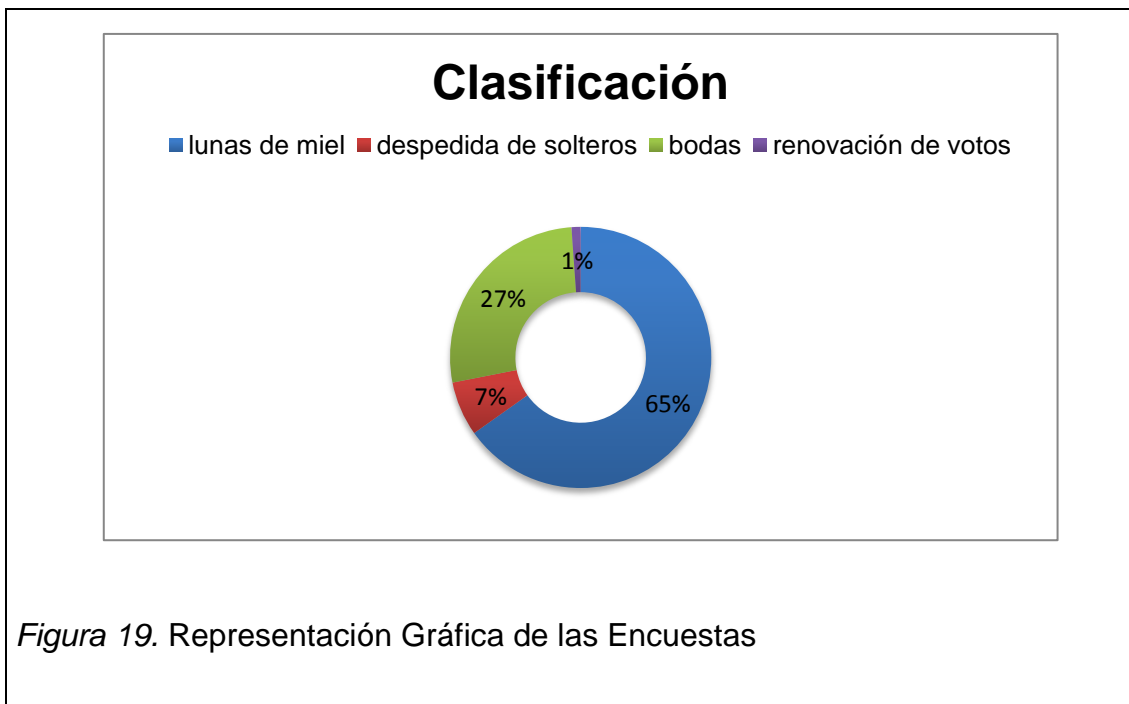
2. ¿Usted ha trabajado con algún grupo de este segmento?



Partiendo de las 61 encuestas realizadas a las tour operadoras que representan el 97%, respondieron que si han trabajado con este segmento, pero sólo han vendido servicios separados sin empaquetarlos u ofrecer el servicio completo. Sólo 2 encuestas que representan el 3% dijeron que no ha trabajado directamente pero que si han escuchado sobre parejas que vienen al Ecuador para casarse y utilizan servicios hoteleros para lunas de miel.

Se interpreta por los resultados y respuestas obtenidas que los turistas nacionales y extranjeros si buscan ese tipo de paquetes que tengan all-inclusive.

3. ¿Cuáles son los segmentos de turistas que más se interesarían y vendrían por este tipo de turismo de romance?

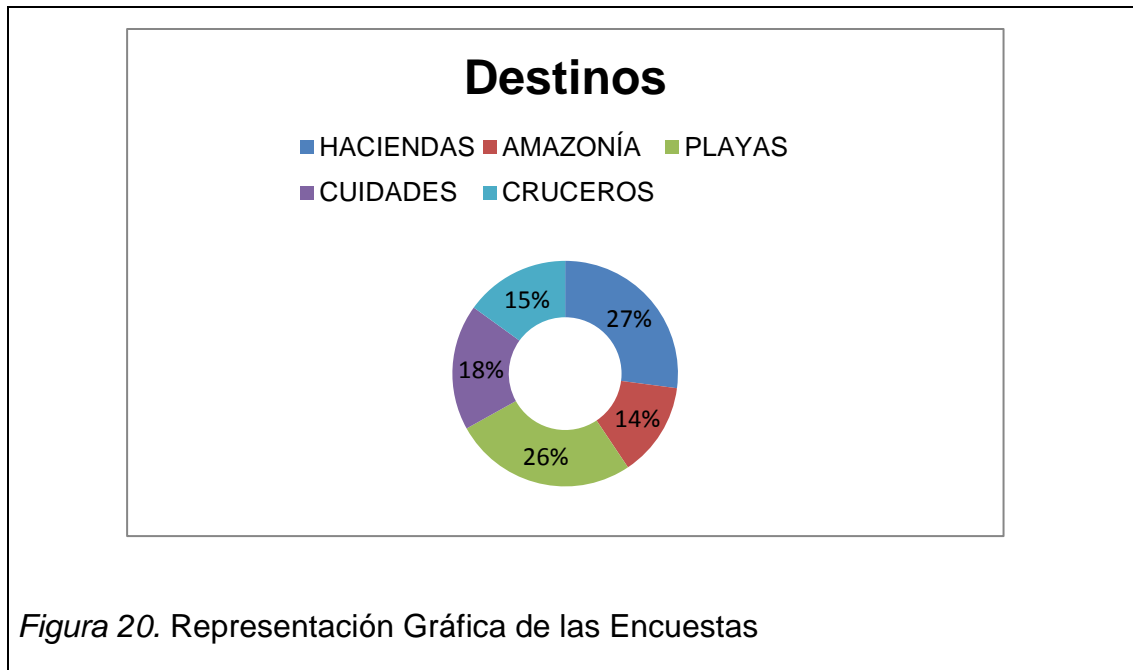


El momento que las personas contestaron las preguntas, algunas optaron por escoger dos opciones dentro de la misma pregunta.

Se puede observar en el gráfico que el 65% de los turistas vendrían por las lunas de miel. En comparación, el 27% de los turistas se interesarían por venir hacer su boda aquí. Lo que quiere decir que se podría crear paquetes que se enfoquen a turistas interesados en este tipo de celebraciones, con el fin de atraer más turistas y abrir nuevos mercados que posicionen al país para la realización de este tipo de eventos.

En el caso de tener otro tipo de eventos como: despedidas de solteros, renovación de votos, bodas de oro y otro tipo de celebraciones. Se podrían crear paquetes con empresas especializadas, para ampliar la rama de los eventos antes del matrimonio o después del mismo, ofreciendo en las tour operadoras paquetes que incluyan estos nuevos servicios o sean un plus para la organización del evento.

4. ¿Conoce algún destino turístico que realice turismo de romance dentro del Ecuador?



En base a los resultados se puede saber los lugares donde se podrían realizar este tipo de eventos, según las preferencias de los turistas que compran en agencias de viajes. En el país existen destinos importantes que tienen algún tipo de reseña histórica o característica importante, lo que se considera un valor agregado para realizar el evento más esperado en un lugar hermoso e histórico.

En el caso de las haciendas elegidas para los paquetes, algunas son consideradas patrimonios o tienen importancia por eventos que sucedieron ahí en la época colonial, en este caso los turistas se interesarían ya que son lugares históricos que cuentan con la infraestructura adecuada. Un claro ejemplo es: Es “La Ciénega”, “La Mirage” y “Hacienda San Agustín de Callo”, pero existen más lugares en la Sierra ecuatoriana.

En cambio, en la zona de la costa no existe la misma infraestructura para realizar eventos matrimoniales que en la Sierra sin embargo, hay varios hoteles boutique que realizan estos eventos. Un claro ejemplo: “Casa Ceibo”, “Hotel

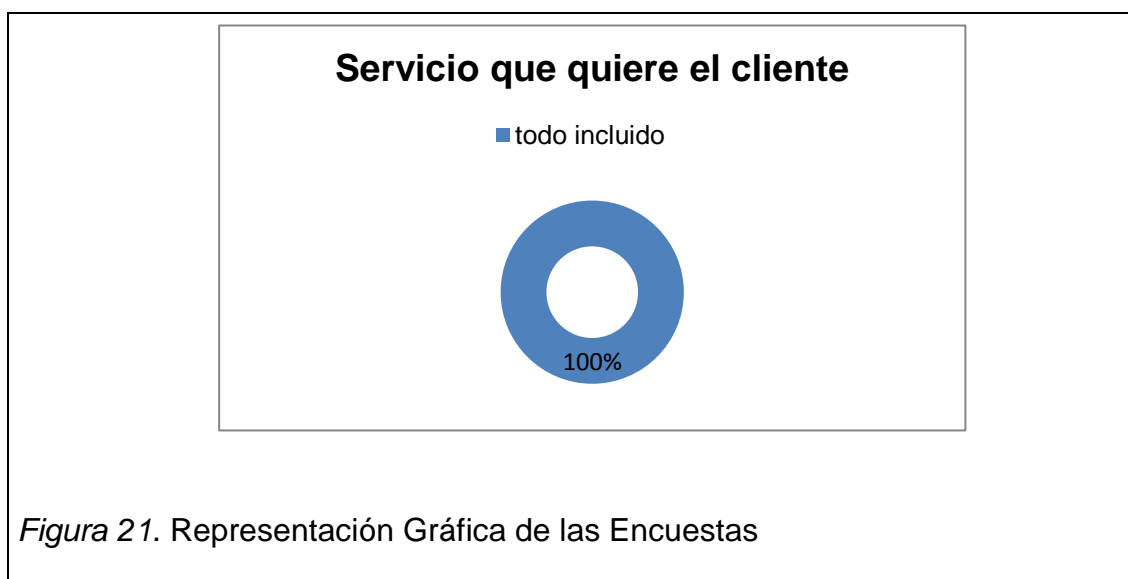
Palma Azul, Hoteles”, en la zona de Punta Carnero y “Decameron” que ofrecen despedida de solteros o realización de bodas.

Algo muy importante que se obtuvo el momento de realizar las encuestas, fueron los otros destinos nombrados por las agencias de viajes, donde se podrían ofrecer estos servicios para realizar eventos sociales en: Napo en algunos Lodges, Baños el Hotel Luna Runtun, Papallacta en las Termas de Papallacta y Mompiche en el Hotel Decameron, los que serán tomados en cuenta para los paquetes.

Galápagos, un destino muy interesante que podría ofrecer paquetes para promocionar el turismo interno y externo realizándolos en Hoteles como: Finch Bay Eco Hotel, Red Mangrove Aventura Lodge, Hotel Sol y Mar y Royal Palm Resort Hotel. Al igual que las agencias nombraron que sería interesante hacer paquetes para realizar bodas, despedidas de solteros y renovación de votos en cruceros, lo que sería un producto diferenciador para el país ya que no se realizan este tipo de eventos en barcos o cruceros a nivel nacional.

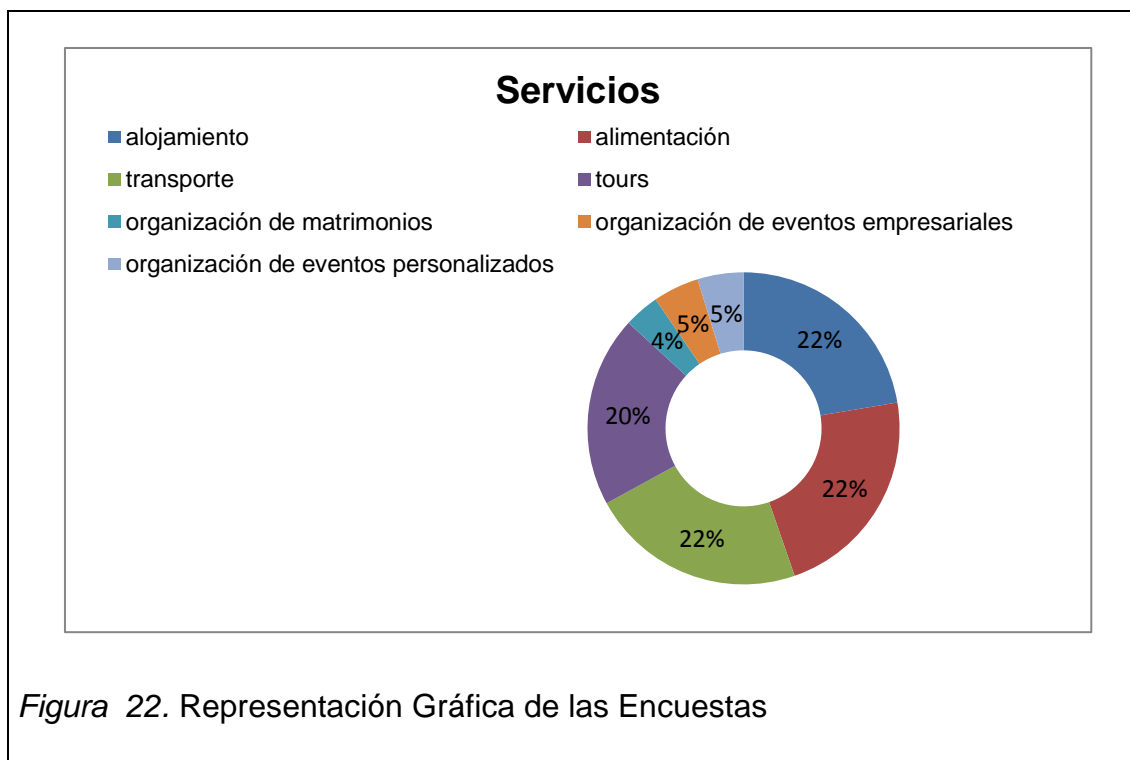
La Amazonía igual podría ser un nuevo producto para realizar eventos matrimoniales con rituales Shamánicos o de diferentes culturas pero celebrarlos en la Selva.

5. ¿Qué tipo de servicios contratan los turistas dentro del Ecuador?



Luego de obtener los resultados de esta pregunta, una vez realizada la encuesta a las 61 agencias, que representan el 100% prefieren los servicios de todo incluido. Como conclusión, se deben estructurar paquetes con todo incluido por la agencia de viajes dual, la misma que se encargará de vender y promocionar los mismos a nivel nacional e internacional, a turistas interesados en este tipo de paquetes.

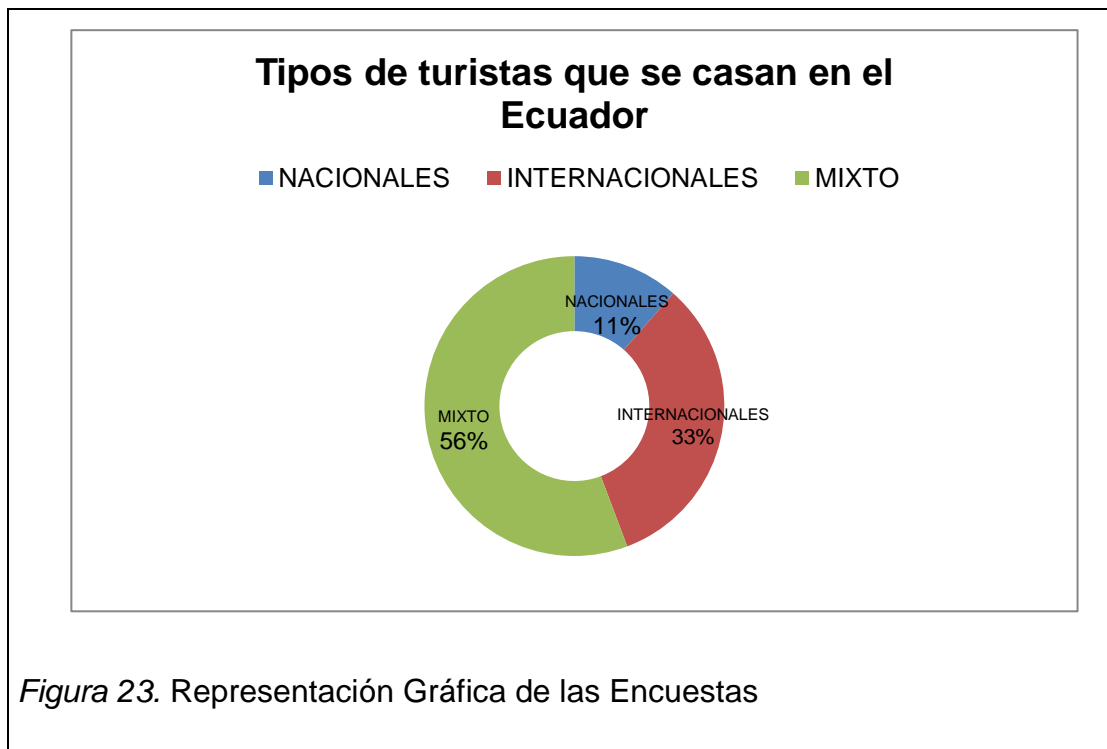
6. Tipos de servicios que consumen los turistas:



Luego de realizar esta pregunta a las 61 agencias encuestadas, las mismas que escogieron una o más respuestas.

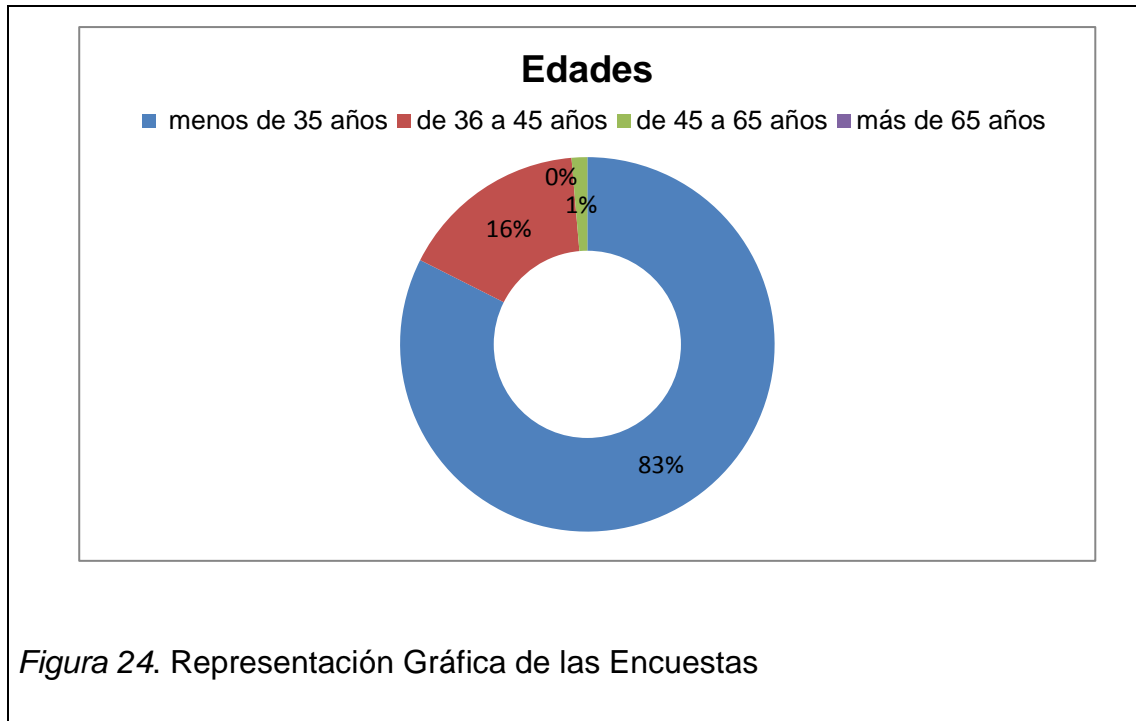
Se identificaron los servicios necesarios que buscan los clientes para este tipo de eventos. Con los resultados obtenidos, se realizarán paquetes que incluyan este tipo de servicios como: alojamiento, alimentación y transporte que son los más importantes para ejecutar estos eventos. Además, se incluirá en los paquetes como valor agregado tours en los destinos elegidos. Es por eso la creación de una empresa que ofrezca todos estos servicios incluidos en un solo paquete.

7. Este segmento de turistas son:



De los encuestados la mayoría pertenecen a un mercado mixto, no se conoce si son extranjeros o nacionales los que se casan dentro del Ecuador, ya que el 56% dijeron que sus clientes son de los dos tipos de mercado. Lo que nos indica que podríamos incrementar los dos tipos de mercados. Incrementando la cantidad de extranjeros al país, para que se realicen eventos sociales y promuevan el turismo en el exterior, con el fin de posicionarlo a nivel mundial. En caso de los clientes nacionales, incrementar el mercado para que las parejas y familias usen servicios del país y consuman internamente en vez de gastar en otros países, lo que igual promovería el turismo dentro del Ecuador y mejorarían los servicios de la planta turística.

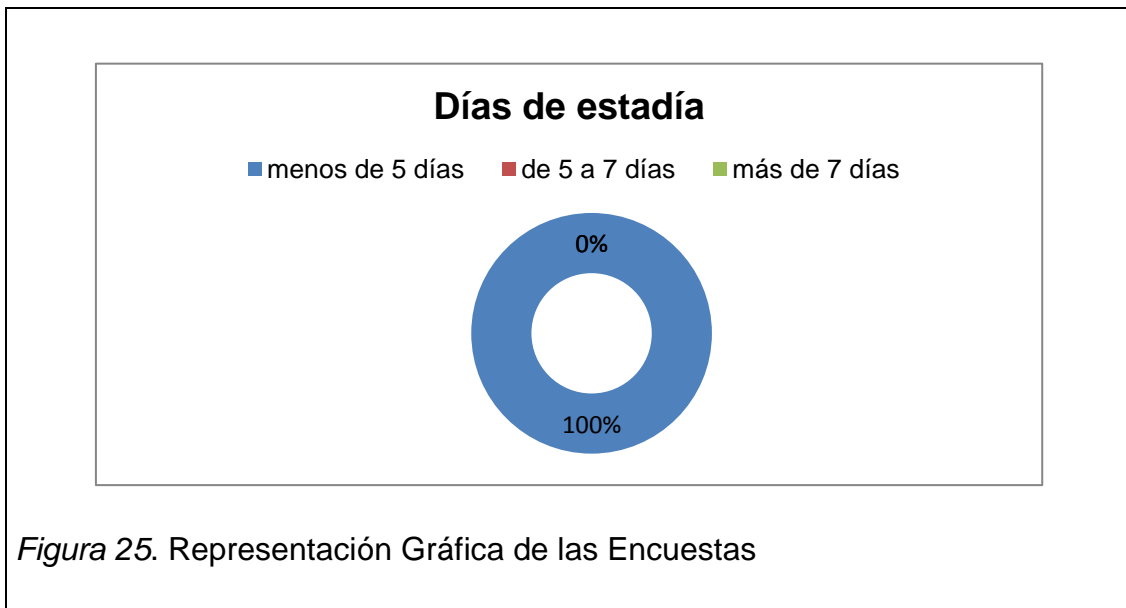
8. ¿Qué edad promedio tiene el turista que ingresa al Ecuador para este tipo de turismo?



Dentro de esta pregunta los encuestados respondieron con más de una opción. De las 61 encuestas realizadas, se puede ver que el perfil del turista que ingresa al Ecuador para este tipo de turismo es menor de 35 años, lo que quiere decir que son jóvenes interesados en todo tipo de celebraciones antes y después del matrimonio. Por lo que se podría ofrecer paquetes de despedidas de solteros, hacer viajes de amigos/ as, realizar viajes en familia, antes de que se casen las parejas, hacer bodas y luego ir celebrando aniversarios.

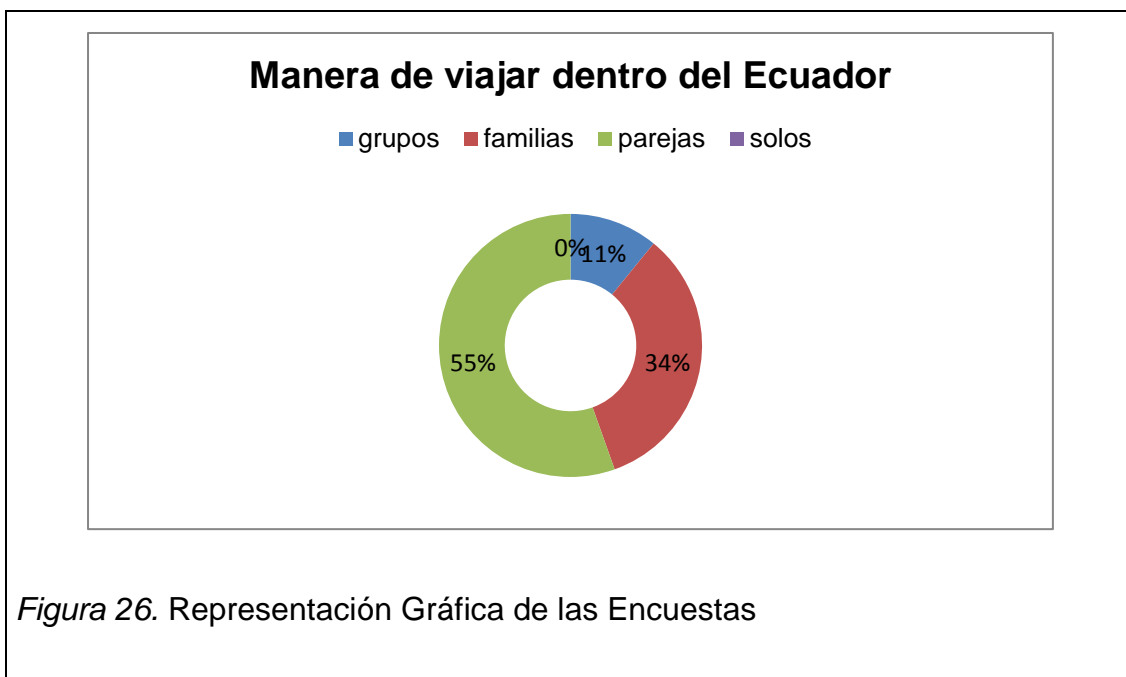
Por los rangos de edades igual se podría incrementar los clientes que estén interesados en renovar sus votos, casarse otra vez haciendo ceremonias diferentes y a pesar de que no existe un turista interesado en el rango de edad de más de 65 años, se podría crear paquetes para parejas de ese segmento que igual estén interesados en celebrar sus aniversarios o incluso hacer viajes dentro del Ecuador para conocer.

9. ¿Cuántos días se quedan los turistas en el país?



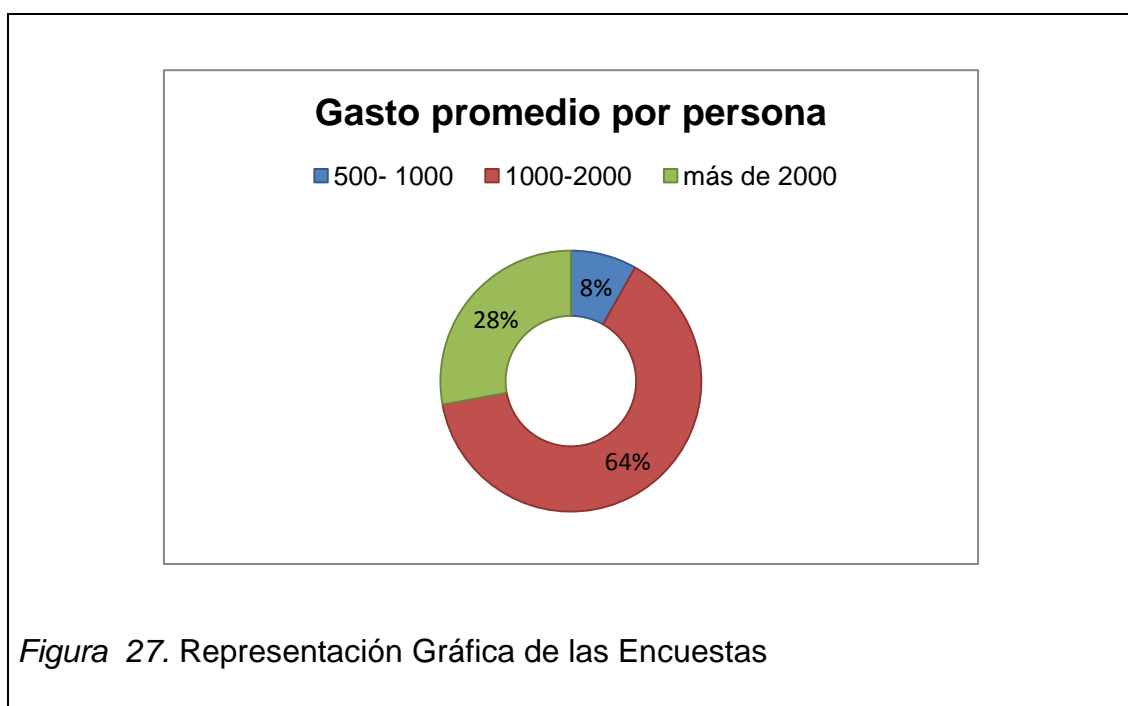
En este caso es claro que los turistas que ingresan o consumen este tipo de servicios en el país no se quedan más de 5 días por costos y tiempo. Por lo que se creará paquetes de 1 a 2 días, de 2 a 3 días y de 2 a 4 días dentro de los destinos turísticos que se realicen las bodas o celebraciones.

10. Los turistas viajan en:



La manera en la que viajan los turistas dentro del Ecuador, es en parejas con el 55% lo que significa que existe un mercado potencial al cuál se le podría vender paquetes de lunas de miel, despedida de solteros y bodas. Por otro lado el 34% de los turistas que viajan internamente en el país van en familias, lo que significa que existe un mercado familiar que se debe incluir dentro del programa de los paquetes para este tipo de eventos sociales, ya que viajan juntos fuera de su lugar habitual. Por eso sería interesante crear paquetes determinados según el segmento de mercado. Con el fin de satisfacer las necesidades de ellos, los mismos que se encargarán de contar sobre sus experiencias y serán los que recomienden a otras persona por medio del boca a boca.

11. En su opinión qué cantidad de dinero gastan en promedio, por persona:



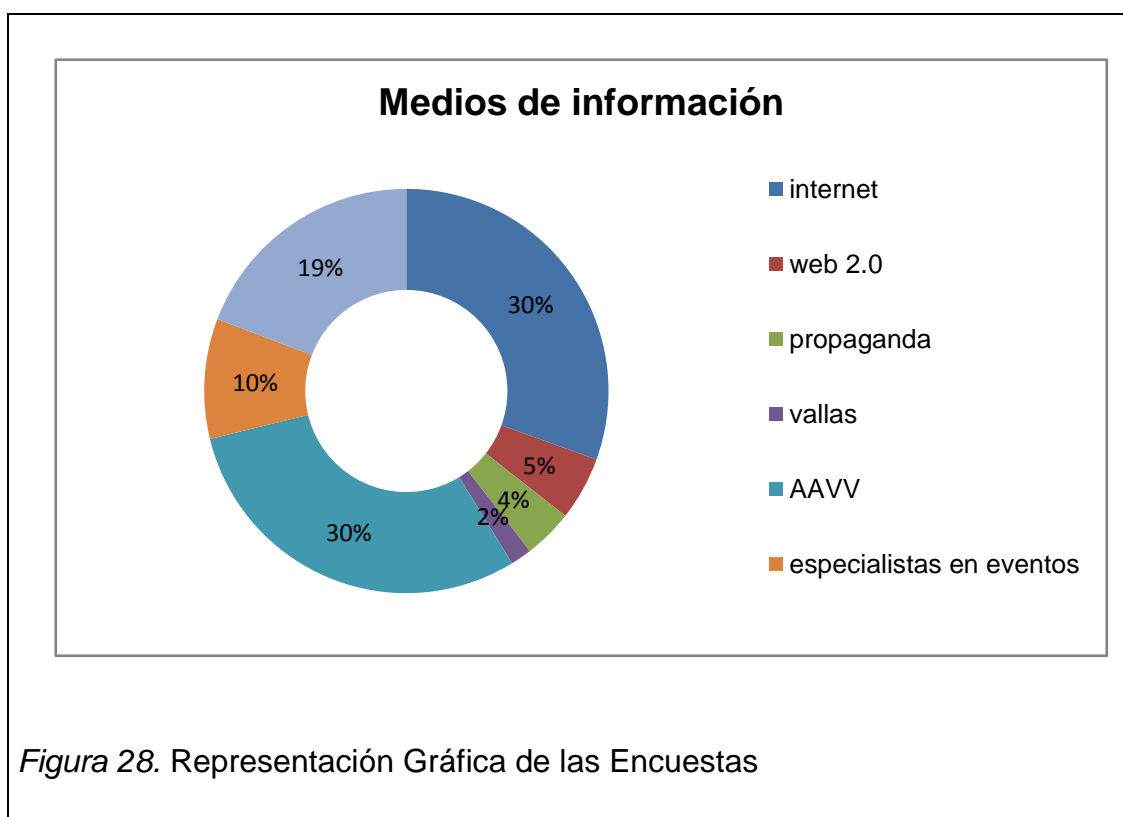
Antes de realizar las encuestas se hizo un rango estimado sobre cuánto se gastaría por este tipo de evento, por día incluyendo alojamiento, alimentación y servicios turísticos.

Para calcular cuánto pagaría el perfil del turista que ingresa al Ecuador se tomó el rango de 1000\$- 2000\$, valor promedio de lo que gasta durante 2 a 4 días, usando el rango máximo de 2000\$ se lo dividió para 3 días como mínimo

según los datos obtenidos de la pregunta número 9 y el gasto promedio estaría en \$667 diarios por persona, sin incluir pasajes aéreos.

En base a lo encontrado en el documento PLANDETUR 2020, el valor estimado por persona en gasto por estancia del visitante internacional que se quiere llegar para el 2020 es de \$567 diarios, con la realización de estos eventos si son de 3 días los invitados estarían pagando por día un mínimo de 667 dólares diarios, valor más alto por gasto por estancia del visitante internacional. Con este tipo de eventos no solo se elevaría el gasto del visitante extranjero como objetivo principal, sino que el país lograría atraer turistas e incrementar el gasto interno. Con el fin de que el Ministerio de Turismo invierta y considere los nuevos proyectos.

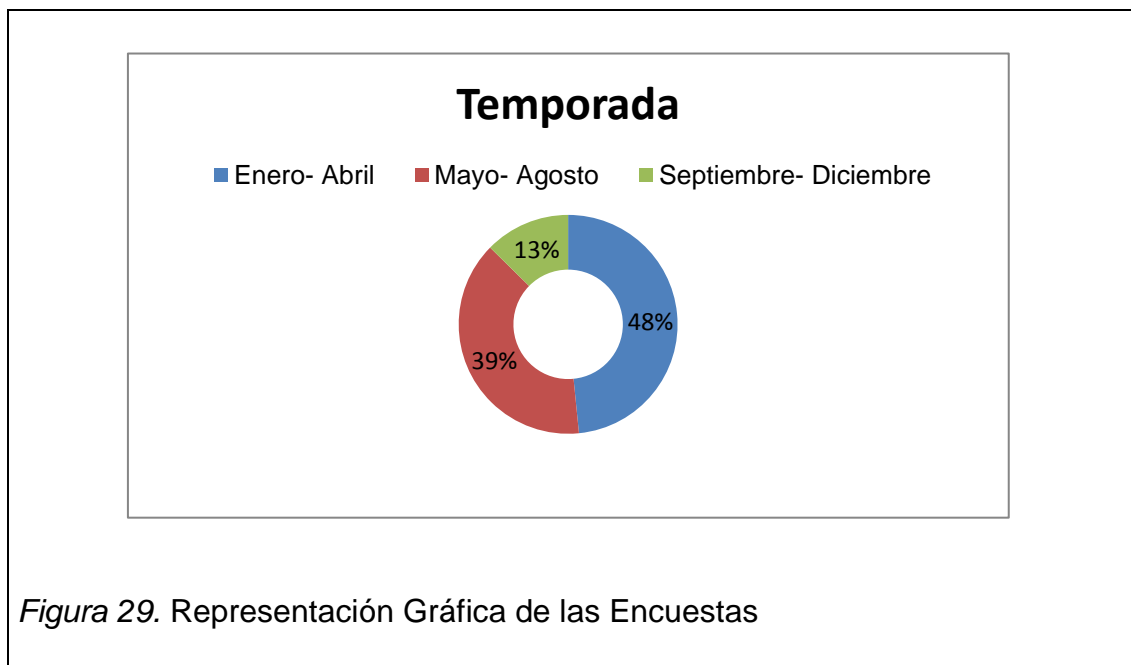
12. Por qué medio de información se enteran los turistas de este tipo de viajes?



De las encuestas realizadas para conocer cuáles son los mejores medios de información por los cuáles los turistas reciben la información son: de manera indirecta las AAVV (agencias de viajes) que representan el 30%, otro canal de información es el Internet con un 30% y los especialistas en organización de eventos que también son parte complementaria para la realización de los eventos.

De manera directa pueden ser los flyers e información visual que se puede repartir en hoteles, hosterías, al igual que se pueden informar directamente con el hotel si el cliente necesita estos servicios, otra forma de vender directamente son las agencias de viajes. Hoy en día, las personas utilizan el Internet y Agencias de Viajes virtuales para acceder a esta información y comprar los servicios de manera más efectiva y rápida.

13. ¿En qué temporada del año prefieren los turistas comprar este tipo e paquetes?



Varias de las personas encuestadas respondieron que la mejor temporada para comprar este tipo de paquetes es durante los meses de Enero a Abril, ya que el Ecuador cuenta con un buen clima en esta temporada y los destinos nombrados anteriormente no tienen exceso de gente por lo que dentro del país no hay ningún tipo de feriado ni vacaciones extensas durante esta época.

14. ¿Estarían interesados en ofertar ustedes como empresa, algún tipo de turismo de romance?

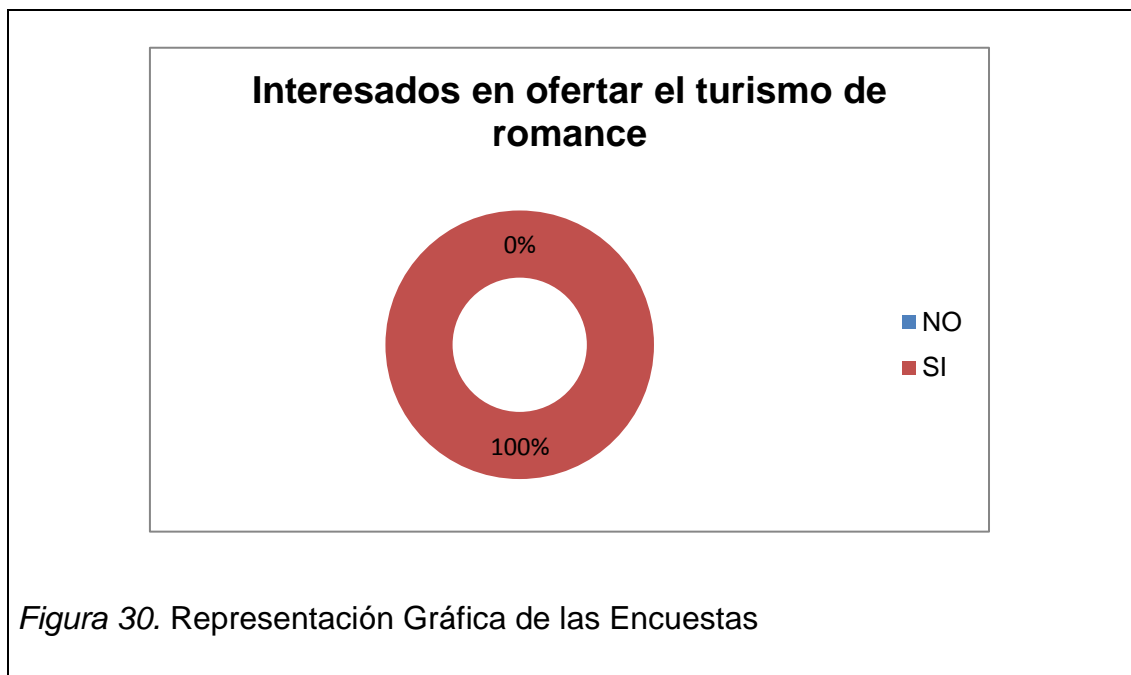


Figura 30. Representación Gráfica de las Encuestas

Es importante recalcar que de las 61 tour operadoras que fueron encuestadas que representan el 100%, están dispuestas a ofertar este tipo de turismo y venderlo a nivel nacional e internacional por medio de tour operadoras e internet analizando las anteriores preguntas.

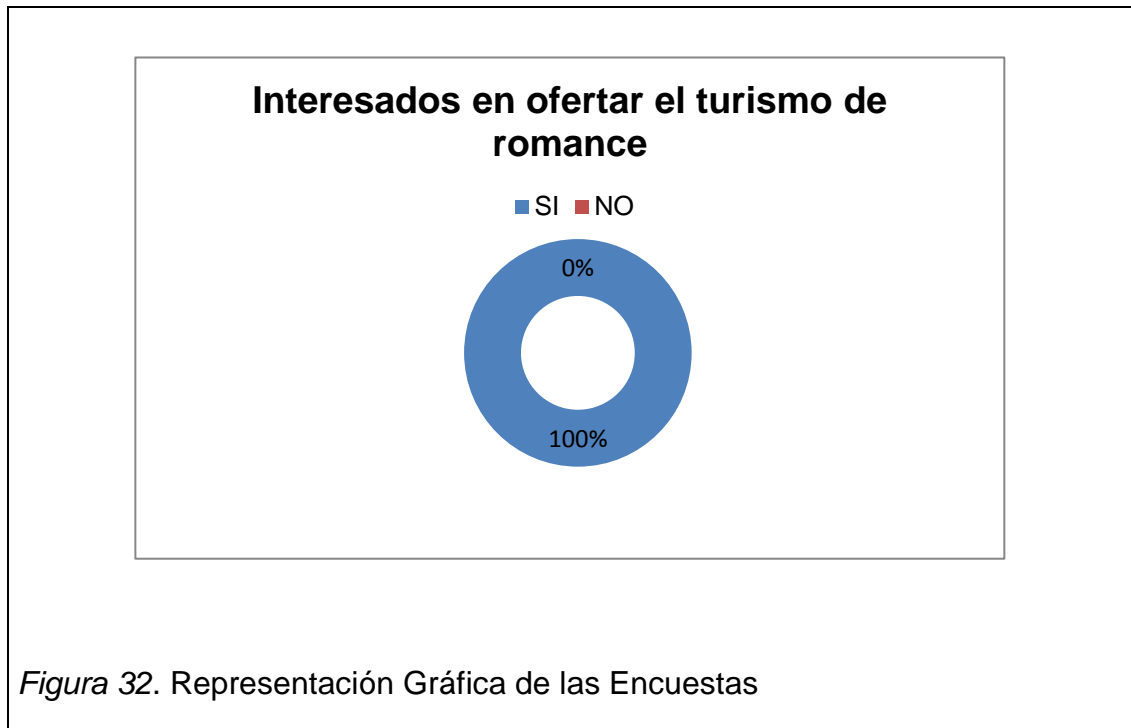
15. Qué lugares turísticos promocionarían para estos eventos, especifique



En esta pregunta las 61 agencias encuestadas eligieron más de una opción. Los lugares más recomendados para realizar este tipo de eventos por la infraestructura, acceso y facilidades son: las haciendas con un 22%, al igual que en la Amazonía, ya que son lugares diferentes dónde se podría hacer eventos hermosos con poca cantidad de gente y los recursos naturales permitirían tener un ambiente exclusivo para este tipo de eventos.

Luego del análisis realizado las empresas están dispuestas a comprar este tipo de paquetes que se crearían para venderlos a nivel nacional e internacional, proporcionando al cliente confianza, calidad y seguridad una vez contratado los servicios todo incluido. Con el fin de promocionar y posicionar al país como un destino para casarse y realizar cualquier tipo de evento en lugares geográficos inigualables creando la mejor de las experiencias para la pareja y sus invitados.

16. ¿Estaría usted interesado como tour operadora en comprar este tipo de paquetes para turismo de romance a una empresa mayorista?



Luego de realizar la encuesta a las 61 agencias de viajes encuestadas, se finalizó la encuesta con una pregunta clave, para determinar si las agencias comprarían o no los paquetes creados para vender productos relacionados con el turismo de romance y venderlos a nivel nacional e internacional, por medio de tour operadoras e internet.

Los porcentajes obtenidos son positivos a nivel nacional ya que de las 61 agencias encuestadas que representan el 100%, están dispuestas a vender y promocionar este tipo de paquetes. Y tiene aceptación la idea de proyecto por parte de las empresas, ya que sería un nuevo mercado en el área del turismo.

3.4.2.3 ENTREVISTAS

Se realizaron entrevistas a expertos para conocer de mejor manera lo que opinan, piensan y para tener una idea sobre sus experiencias en el mercado de realizar eventos, con el fin de entender que buscan los clientes de este

mercado y de qué manera se lo puede atraer conociendo gustos y preferencias de lo que buscan dentro del país.

Las entrevistas se realizaron a personas que trabajan en el medio de los eventos, entidades que se relacionan con el Ministerio de Turismo y personas que trabajan en hosterías donde se han realizado este tipo de eventos.

Entrevista

Una vez creada la cita para la entrevista, se iniciará contando sobre el tema de tesis haciendo una breve introducción.

Buenos días señores, el motivo de mi entrevista es para conocer sobre la opinión de los expertos en turismo, turismo de romance y sobre los tipos de turistas que ingresan al Ecuador. Quisiera que me ayuden con información sobre los turistas para definir el perfil del turista para mi tema de tesis, conocer que les gusta y analizar si Ecuador es un destino para casarse elegido por los turistas.

1. ¿De los turistas que ingresan al Ecuador, en qué fechas vienen? Y por qué motivos visitan el país?
2. ¿Los turistas ingresan y viven en el país viajan en familias, grupos o en parejas?
3. ¿Qué tiempo aproximado se quedan los turistas en el Ecuador (días / noches)?
4. ¿Cuáles son las principales ciudades que visitan y porqué las visitan?
5. ¿De los turistas que ingresan que edad promedio tienen y cuál es el gasto promedio aproximadamente?
6. ¿Qué servicios buscan los turistas?
7. ¿Han trabajado con turistas interesados en realizar bodas, lunas de miel o despedidas de solteros dentro del país?
8. ¿De qué países son los turistas que ingresan en el Ecuador?
9. ¿Cuántos de los turistas que ingresan al país vienen por Convenciones y Congresos?
10. ¿Qué cantidad de eventos realizan dentro de su empresa?

11. ¿Qué es lo que más les interesa a los turistas que vuelven al Ecuador
12. ¿Estarían los turistas y ecuatorianos interesados en realizar este tipo de eventos con servicios empaquetados dentro del Ecuador?

Las preguntas fueron realizadas pero los expertos contestaron en diferente orden, ya que iban contestando de manera inesperada.

3.4.2.4 INTERPRETACIÓN ENTREVISTAS A EXPERTOS:

1. Encuesta: Quito Turismo

Nombre: Rubén Banda

Cargo: Encargado del Área de Eventos y Congresos

Fecha de entrevista: Diciembre 2012

Desarrollo de la entrevista:

Para conocer a nivel general sobre las preguntas realizadas, se realizaron las preguntas. Se eligió al primer experto de la Empresa Pública, Quito Turismo. El encargado en el área de Eventos y Congresos llamado Rubén Banda quien se sorprendió con la idea de crear paquetes para realizar eventos relacionados al Turismo de Romance.

El comentó en la entrevista sobre el mercado de turistas que ingresan a Quito, proviene de países como: USA, Alemania, Colombia, Francia entre otros países, que vienen en meses de Enero a Abril por el clima y los precios en paquetes.

Agregó que los turistas que visitan el Ecuador van a Quito y Guayaquil, tienen una edad promedio entre 25 a 60 años donde existen diferentes segmentos de mercado. Añadió que las personas que realizan turismo cuentan con una educación de nivel superior y que se hospedan entre 3 a 5 días en estas ciudades, pero sólo permanecen en el Ecuador de 5 a 8 días donde gastan por visitante de \$450.00 a \$600.00 USD dólares por día.

Viajan en parejas, grupos y familias. Contratan los servicios por internet o con cadenas hoteleras directamente, las mismas que ofrecen tours y cuenta con all-inclusive en todos los servicios.

De igual manera nos comentó sobre puntos importantes en relación a lo que consumen los turistas.

- ❖ Compran paquetes todo incluido
- ❖ Hacen siempre un tour al centro histórico cuando visitan Quito
- ❖ Realizan visitas a la Mitad del Mundo y al norte de Quito
- ❖ Realizan actividades culturales y de turismo de aventura

El momento de ser entrevistado comentó que el 15% de los turistas que ingresan a Quito vienen por Congresos y Eventos, ya que la ciudad cuenta con la infraestructura adecuada, la comodidad, los centros de convenciones y la disponibilidad para realizar eventos empresariales y sociales.

Una de las ventajas sobre la que habló, fue sobre la cercanía de todos los lugares dentro de Quito, el paisaje como ciudad, el clima, la calidez de la gente, las nuevas vías de acceso, el aeropuerto y la gran variedad de comida.

Finalmente dijo que si se quiere realizar eventos matrimoniales, renovación de votos, lunas de miel y despedidas de solteros, se debe hacer una investigación de mercado para conocer que destinos son los adecuados para la realización de los mismos. Ya que deben contar con la infraestructura adecuada y contar con personas especializadas para poder competir en el mercado frente a otros destinos, ya posicionados a nivel nacional e internacional. Teniendo ventaja como país que contamos con destinos magníficos y recursos naturales inigualables.

2. Empresa Quito City Tour Travel

Nombre: Julio Rivas García

Cargo: Encargado del área de Organización de Tours Empresa Golatinamérica.

Fecha de entrevista: Enero 2013

Desarrollo de la entrevista

Para conocer sobre el tema de la estructuración de paquetes que incluyan eventos se realizó la entrevista al experto en bodas y viajes, Julio Rivas García- Gerente de Producto de la empresa Golatinamérica, empresa dedicada a vender paquetes turísticos dentro del Ecuador.

El conocimiento del experto Julio Rivas fue de gran interés para el tema de tesis escogido, ya que él se encarga de hacer tours internos para los invitados de las bodas que vienen del exterior y se hospedan por cierta cantidad de días dentro del país.

Nos comentó que al principio de su carrera no tuvo mucha acogida dentro del mercado ecuatoriano pero que se dio a conocer y hoy en día el realiza 5 bodas al mes que incluyen paquetes turísticos para los invitados, los mismos que se hospedan de 3 a 5 días. Además, vende paquetes para lunas de miel entre 5 a 6 al mes según la temporada, en cuanto a las despedidas de solteros no tiene paquetes, pero tiene conocimiento de algunos establecimientos que trabajan con este segmento de mercado dentro del Ecuador. Nos comentó que al mes aproximadamente se deben estar vendiendo entre 4 a 6 paquetes de bodas, despedidas de solteros y lunas de miel. Para las personas que deciden salir de quito o celebrar en lugares exclusivos entre pocas personas.

La información fue valiosa ya que proporcionó datos exactos, sobre los turistas que ingresan al país por estos motivos religiosos, son personas jóvenes y familias de diferentes edades desde los 18 a 60 años, son personas que vienen en diferentes temporadas según el evento a celebrar.

Es muy importante recalcar lo que agregó a la entrevista, que para entender que busca el cliente, se debe hacer sentir que es parte importante del evento en un país extranjero. De igual manera, enseñar a los invitados que nos sólo visitan el Ecuador por un evento religioso, social o reunión de sus conocidos o familiares; sino que vienen al país a vivir nuevas experiencias, conocer otras culturas, divertirse y lo más importante de todo llevarse la mejor experiencia para contarla a sus conocidos, ya que la mejor manera de llegar a los clientes es de boca en boca.

El Sr. Rivas comentó que los turistas gastan, según la cantidad de invitados y el tipo de tour que elijan, pero según sus experiencias los extranjeros gastan un promedio de \$580 o más por persona y se quedan entre 3 a 4 días cuando vienen por este tipo de eventos sociales.

En la entrevista habló sobre la importancia de tener un país con muchas ventajas competitivas ya que cuenta con paisajes únicos en el Mundo. Además, dentro de los destinos más visitados hoy en día, existe la infraestructura adecuada, hoteles, acceso, aeropuertos y facilidades para llegar.

Otro ejemplo fueron las haciendas que pueden ser alquiladas para realizar estos eventos donde los invitados llegan y disfrutan de algo fuera de lo común en sus países y comparten con su familia, la familia del novio/a. En esto se especializa el Sr. Rivas, hace que la experiencia de los invitados sea diferente, ya que organiza actividades durante esos días de hospedaje y crea nuevas experiencias en el cliente.

El Señor Julio agregó a la entrevista, que es básico conocer las culturas de donde provienen los visitantes para conocer y crear paquetes donde los extranjeros descubran nuevas culturas y costumbres. Recalcó, que el Ecuador es conocido a nivel mundial como un país pluricultural y megadiverso.

Añadió, que los clientes que ingresan provienen de: USA, Argentina, España, Inglaterra, Italia y Francia. Y sobre los que regresan que son turistas que han

quedado enamorados del Ecuador por su cultura, gastronomía y recursos naturales.

3. KAPAWI LODGE

Nombre: Diana Arteta

Cargo: Encargada Jefa de Ventas

Fecha de entrevista: Enero 2013

Desarrollo de la entrevista:

En la entrevista realizada a Diana Arteta, encargada de Ventas de la empresa Kapawi Lodge, se pudo obtener información sobre la realización de celebraciones en el lodge, ya que ella fue la encargada de organizar una boda hace varios años de una pareja extranjera que celebró su unión con rituales shamánicos en las instalaciones del lodge.

En base a esta experiencia la encargada, nos comentó que los turistas que visitan Kapawi son de países como: Alemania, Estados Unidos, Francia y turistas de países europeos. Los mismos que buscan relajarse y vivir una experiencia única en lugares magníficos del Ecuador dentro de la selva. Son turistas que tienen entre 35 a 65 años de edad, quienes pueden acceder económicamente y prefieren pagar un paquete todo incluido y gastan un promedio de \$500 a \$700 dólares diarios en este tipo de .

La Sra. Diana Arteta agregó a la entrevista que pocas personas realizan este tipo de celebraciones, pero que ha escuchado a los turistas que les parece interesante este tipo de eventos. Sin embargo, ella no ha escuchado sobre el turismo de romance dentro del país, solo ha escuchado que se realizan bodas pero en Quito, haciendas y quintas.

Los turistas que compran paquetes para conocer el Ecuador, por la experiencia de la encargada son extranjeros y viajan en grupos, parejas y familias, los mismos que contratan los servicios vía Internet y también compran directamente en agencias de viajes.

Además, dijo que para desarrollar este tipo de turismo se necesita primero tener la infraestructura adecuada en lugares lejanos y naturales y que a pesar de que el segmento de mercado son personas mayores que visitan Kapawi, se podría ofrecer algún tipo de paquete para jóvenes.

3.4.3 PERFIL DEL VISITANTE

Para conocer el perfil del turista que compraría este tipo de producto se adjuntaron todos los resultados de las encuestas realizadas, con el fin de explorar otro tipo de turismo que no se encuentra investigado ni considerado dentro de la planta turística del Ecuador.

Se obtuvo los siguientes resultados:

- ❖ Personas menores a 35 años de edad turistas extranjeros y nacionales
- ❖ Gasto promedio por persona de 1000\$-2000\$ dólares por 3 días (gastando \$600 dólares diarios, tomando los valores en base a la pregunta 11, si los turistas se quedan durante esos días por un evento religioso, el gasto diario por visitante internacional aumentaría, cumpliendo con los objetivos del PLANDETUR 2020, que quieren obtener un gasto diario más alto de los \$567 dólares por visitante internacional.
- ❖ Turistas interesados en este tipo de turismo prefieren paquetes con todo incluido en lugares como: haciendas, cruceros, playas, Galápagos y la Amazonía. Aprovechando los recursos naturales.
- ❖ Según los resultados de la pregunta 10, la mayoría de los turistas que viajan en el Ecuador son parejas, pero también ingresan familias. Este tipo de turista tiene conocimiento sobre los paquetes de manera directa por medio de las agencias de viajes y de forma indirecta por la investigación en internet, blogs y empresas organizadoras de eventos.

- ❖ Son turistas que prefieren los meses de Enero-Abril y de Mayo-Agosto para ingresar al país y realizar turismo por los costos y el clima del Ecuador.

A continuación, se realizó una tabla que determina el turista nacional y extranjero que tiene menos de 35 años:

Tabla 11. Perfil del turista de romance ecuador

turista	edad	Destinos turísticos	Proyección de gasto por turista entre 3-5 días de estadía según el PLANDETUR 2020 (promedio)	Proyección según plan de tesis comprando un paquete de la empresa Bodas & Eventos mitad del mundo (promedio)	Compra de paquetes	Forma de viajar	Medio de información
Extranjero	-35	Haciendas, playas y Amazonía	\$567	\$600	Todo incluido	Parejas, familias	Agencias de viajes, internet, empresas que organizan eventos
nacional	-35	Haciendas, playas y Amazonía	\$567	\$600	Todo incluido	Parejas, familias	Agencias de viajes, internet, empresas que organizan eventos

CAPÍTULO IV. PLAN DE MARKETING.

Dentro del plan de marketing se encontrará el logo de la empresa y se realizará un análisis de las 8ps que abarcan: producto, plaza, precio, promoción, personal, proceso, presencia física y la productividad y calidad.

4.1 LOGO DE LA EMPRESA

El logo debe ser claro y entendible además de contar con detalles que representen a la empresa, en este caso, cuenta con colores atractivos, sobrios y elegantes. El nombre de la empresa no existe en el mercado, refleja lo que se vende y tiene detalles de flores y vegetación por la biodiversidad del país y todo lo que representa la empresa.

4.1.1 LOGO EN ESPAÑOL

The logo features the words "Bodas & Eventos" in a decorative, brown script font with floral and vine motifs. The ampersand is a solid blue color. Below this, the phrase "EN LA MITAD DEL MUNDO" is written in a simple, brown, all-caps sans-serif font.

Figura 33. Logo de la empresa en español

4.1.2 LOGO EN INGLÉS

The logo features the words "Weddings & Events" in a decorative, brown script font with floral and vine motifs. The ampersand is a solid blue color. Below this, the phrase "MIDDLE OF THE WORLD" is written in a simple, brown, all-caps sans-serif font.

Figura 34. Logo de la empresa en inglés

4.2 ANÁLISIS DE LAS 8PS DE MARKETING

4.2.1 PRODUCTO

La finalidad de la empresa es la comercialización de paquetes turísticos, debido a esto se debe crear un producto atractivo y vender paquetes, que cuenten con un factor diferenciador versus a la competencia. Se desarrollará una estrategia que permita a la empresa ser parte del mercado y ver de qué manera posiciona al producto usando estrategias comerciales.

La empresa Bodas & Eventos en la Mitad del Mundo, ofrece un servicio de agencia de viajes que opera, vende y crea paquetes relacionados con el segmento de turismo de romance que vende productos como realización de: Bodas, lunas de miel y despedidas de solteros. En este caso, el servicio es intangible, se lo puede medir por las ventas y aceptación del cliente por la compra de los mismos en la agencia o vía internet.

4.2.1.1 DISEÑO DE LAS RUTAS Y PAQUETES

De acuerdo al perfil del turista y a los productos del sector de romance se deduce 3 tipos de productos dentro de este sector.

1. Turismo de Romance - Bodas
2. Turismo de Romance – Lunas de Miel
3. Turismo de Romance – Despedida de solteros

Con los siguientes rasgos (Factores o variables) que los distinguen uno de otro:

Tabla 12. Características de paquetes y medio de Desplazamiento

	Bodas	Luna de Miel	Despedida de soltero
Preferencia Lugar	Haciendas, Quintas y Ciudades	Playa, Crucero, Hoteles Boutique	Playas
Organización del Grupo Servicios	Grupos y familias	Parejas	Grupos
	Planeamiento de bodas. Alimentación, Transporte (Información de servicios turísticos)	Todo incluido	Todo incluido
Empaquetamiento	Empaquetas el evento de boda.	Empaquetar todo hasta	Empaquetar todo hasta
Duración	1 día	- 4 días	- 4 días
Dificultad de organización	Alta	Media	Media

	Aéreo	Terrestre
Pichincha – Quito	X	X
Guayas – Guayaquil	X	X
Azuay – Cuenca	X	X

Para elegir los establecimientos escogidos para la realización de estos eventos familiares y de amistades, se utilizaron unas tablas que tienen parámetros para calificar cada lugar elegido, con el fin de asegurar: la seguridad, accesibilidad, verificar que las instalaciones cuenten con calidad y todos los servicios necesarios. Para ofrecer lugares con establecimientos calificados para la realización de los mismos. En ciertos casos hay lugares que cuentan con certificaciones internacionales y otros no pero son conocidos en el mercado.

4.2.1.2 PAQUETES

1. El primer plan que se realizará son los paquetes de bodas, los mismos que se realizarán en las haciendas coloniales siendo lugares atractivos con reseñas históricas. Estos destinos fueron elegidos por los servicios que ofrecen para realizar eventos y como ventaja utilizar los paisajes como atractivo principal de la misma forma que la ubicación, clima, tipo de habitaciones y poblados cercanos para visitarlos, lo que será significativo para los invitados y turistas que elijan estos destinos. El paquete incluye servicios adicionales que no ofrecen las empresas de manera directa.
2. La empresa ofrece empaquetar servicio de alojamiento, hospedaje, alimentación y tours a destinos turísticos para que los invitados conozcan sobre el país y su cultura. Adicional, se incluirán en el valor del paquete servicios como: pastel, bocaditos, arreglos florales, filmación, fotos, recuerdos y hora loca.
3. Se realizó una tabla que cuenta con la provincia donde se encuentran estos establecimientos elegidos por la agencia, se los categorizó según el precio.
4. El valor agregado que brinda la empresa Bodas & Eventos en las Mitad del Mundo es ofrecer un evento personalizado, además de un tour estructurado con destinos turísticos cercanos al lugar donde se llevará a cabo el evento.
5. Una vez finalizado los servicios contratados a la empresa Bodas & Eventos en la Mitad del Mundo, se ofrece la opción, tanto para invitados como para los novios, de contratar paquetes turísticos en diferentes destinos turísticos que ofrece el Ecuador. Con esto nuestra empresa promueve el turismo en distintos lugares del país. Valores referenciales de paquetes tomado de la agencia de viajes (Middle Earth Agencia de viajes).
6. Para realizar los precios se desglosa cada valor, luego de haber costado cada servicio incluido en el paquete. Se realizó una tabla para categorizar los paquetes donde el precio no incluye el IVA, pero en las

tablas que se detallan los paquetes y el precio final ya incluyen el IVA. En el análisis financiero se podrá observar el desglose de cada paquete. Para realizar el análisis financiero se tuvo que hacer una media, ya que habían diferentes precios por cada tipo de boda, luna de miel y despedida de solteros y se dificultaba el momento de realizar todos los cálculos para el balance general y estado de pérdidas y ganancias dentro del último capítulo.

7. Para obtener la cantidad de eventos que se realizarán se tuvo una entrevista con el experto en el tema Julio Rivas, quien nos dio a conocer que en un inicio no se obtendrá más de dos o tres bodas, lunas de miel o despedidas de solteros, pero que luego la empresa se da a conocer e incrementa la cantidad de eventos. Para realizar el estudio financiero se calculará con los datos obtenidos con la entrevista. Se calculará según el mes la cantidad de eventos vendidos. Como ejemplo nos dijo que: durante los primeros meses su empresa vende hoy en día, 5 bodas, 6 paquetes de lunas de miel y 4 despedidas de solteros dentro del Ecuador en diferentes regiones.
8. Quien adquiera el servicio y firme el contrato se hará responsable de los gastos adicionales en caso de daños o pérdidas del menaje en el evento. El depósito o abono inicial no es reembolsable
9. Pago a proveedores: una vez obtenido el 25% de la reserva por evento se procederá a reservar y bloquear habitaciones en los establecimientos elegidos. Con los siguientes pagos realizados por el cliente se reservarán los demás servicios y se irán realizando pagos anticipados a los otros proveedores según contratos acordados con las empresas que trabajamos.

Conclusión: Por operatividad los paquetes que se desarrollarán para el segmento de Bodas incluirán haciendas únicamente.

- ❖ Para obtener la caracterización de estos paquetes según el precio se utilizará PREMIUM como lo más caro y ESTÁNDAR un precio intermedio.

4.2.1.2.1 BODAS

El rango utilizado para los paquetes de bodas es de 500\$ a 600\$, para obtener un precio intermedio y realizar los cálculos para el estudio financiero, el promedio utilizado fue de 538,50\$ (se sumaron todos los valores de los paquetes y se dividieron para la cantidad de paquetes sin incluir el I.V.A).

Tabla 13. Categorización de los paquetes

PROVINCIA	ESTABLECIMIENTOS	PREMIUM	ESTANDÁR
IMBABURA	HACIENDA CHORLAVÍ	542\$	
COTOPAXI	HACIENDA LA CIÉNEGA		535\$

4.2.1.2.1.1 LUGARES DESTINADOS PARA BODAS

Para la realización de bodas se escogieron los siguientes lugares en base a sus características más importantes como su reseña histórica, número de habitaciones, premios internacionales y reconocimiento internacional en (TRIP ADVISOR), accesibilidad, servicios, instalaciones y precio por noche.

Tabla 14. Destinos

Los destinos son los siguientes:

NO.	ESTABLECIMIENTO	LUGAR
1	HACEINDA CHORLAVÍ	PASANDO ATUNTAQUI- IBARRA
2	HACIENDA LA CIÉNEGA	LASSO- COTOPAXI

PAQUETE DE BODAS

PAQUETE BODA HACIENDA EN LOS ANDES

OPCIÓN 1: ANDES NORTE “LA BODA DE TUS SUEÑOS”

TOUR QUITO-OTAVALO-QUITO

DURACIÓN: 5 DÍAS 4 NOCHES + TRANSFERS

DESTINO: QUITO-OTAVALO- HACIENDA CHORLAVÍ- QUITO

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE:

Es un paquete de boda en donde los invitados y los novios podrán celebrar el día más importante de sus vidas juntos a sus amigos y familiares más cercanos, celebrando su boda en una hacienda ubicada en la provincia de Imbabura; la misma que ofrecerá una boda tradicional al estilo colonial en su decoración y ambientación. Paquete que incluye transporte para los invitados, transfers, tour en Quito y de los pueblos al norte del país al igual que visitar lugares turísticos para conocer la cultura y tradiciones del Ecuador y finalmente la ceremonia y el alojamiento durante la estadía de los visitantes. Hacienda conocida por su historia en la época colonial ya que el Inca Huaynacpac se enamoró de la princesa Caranqui Pacha en ese mismo lugar, lo que transmite que es un lugar romántico y atractivo para realizar un evento familiar.

ITINERARIO:

Día 1. Arribo a Quito espera en el aeropuerto desde las 16h00 hasta las 18h00 pm, transfer in al Hotel Best Western Casino Plaza y check in. Por la noche cena en el hotel y city tour en bus por el centro histórico.

Día 2.- Desayuno. Salida hacia la Provincia de Imbabura parando en: Cayambe, la mitad del mundo pasando por las bizcocherías tradicionales; realizando una parada en la laguna de San Pablo junto al taita Imbabura; Almuerzo típico en Atuntaqui, en las fritadas Amazonas. Acomodaciones en la Hacienda Chorlaví. Tarde visita a San Antonio de Ibarra (pueblo que se destaca por el tallado de la madera) y mirador el Ángel. Cena. Noche libre.

Día 3.- Desayuno + *PAQUETE DE TUS SUEÑOS, que incluye servicio de peluquería para la novia e invitadas. Decoración Iglesia, ceremonia de los novios, almuerzo incluido, fotos, dj, danza otavaleña, recuerdos de la boda, fiesta de boda y hora loca hasta la noche con juegos pirotécnicos.

Día 4.- Desayuno. Salida hacia la plaza de ponchos de Otavalo (mercado de artesanías). Luego, visita al Parque Cóndor; la famosa cascada de Peguche (sitio ritual de las culturas indígenas) y el antiguo obraje. Almuerzo en Cotacachi Restaurante el Leñador, paseo por este pueblo reconocido por sus finos trabajos en cuero. Cena. Noche libre.

Día 5.- Desayuno. Visita y recorrido en la laguna de Cuicocha (originado por el colapso del volcán), Almuerzo- cajita con recuerdos. Retorno a Quito. Transfer out. Fin de nuestros servicios.

PRECIO: Se lo estableció según el evento.

OPCIÓN 1. Los novios pagan la boda completa incluyendo (arribo invitados, ceremonia, alimentación y alojamiento de los invitados; tour a realizar dentro del paquete establecido (*PAQUETE BODA DE TUS SUEÑOS) durante los 5 días y 4 noches.)

VALOR: \$19.727 POR LOS 30 PAX

OPCIÓN 2: Los novios pagan sólo la ceremonia para los invitados y el transporte de ellos al hotel, además del menú de ese día, más el tour por los dos y el alojamiento dentro del paquete establecido durante los 5 días y 4 noches.

VALOR: \$ 2.730 POR LOS 2 PAX

OPCIÓN 3: Los novios pagan la ceremonia pero los invitados corren por los gastos del paquete creado que incluye alojamiento, alimentación y el tour establecido durante los 5 días y 4 noches.

VALOR:\$ 607,04 POR CADA PAX INCLUYE IVA

PRECIO POR PAQUETE INCREMENTA SI NO SE RESERVA PARA EL MÍNIMO DE 30 PAX:

ENTRE 10- 14 PAX: \$750

ENTRE 15-21 PAX: \$680

ENTRE 22-30 PAX: \$607,04

INCLUYE:

- ❖ Transporte privado de turismo
- ❖ 4 noches de alojamiento
- ❖ Desayunos de todos los días
- ❖ Almuerzo y cenas del menú establecido para el grupo
- ❖ Guía profesional de turismo.
- ❖ Botiquín básico de primeros auxilios
- ❖ Recorrido a todos los lugares turísticos ofrecidos en el itinerario
- ❖ Transfers in-out. Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto

NO INCLUYE

- ❖ Almuerzos y cenas a la carta
- ❖ Entradas a los destinos turísticos
- Pasajes aéreos desde el país que provienen los novios o invitados
- ❖ Bebidas alcohólicas.

POLÍTICAS DE RESERVACIÓN, PAGO Y CANCELACIÓN:

Para la reservación, pago y cancelación de los servicios se realizará un contrato en donde se especifiquen las siguientes políticas:

El evento debe ser reservado con 6 meses de anticipación, el momento que se realiza esa reserva se debe pagar la primera cuota equivalente al 25%- Una vez realizada la reserva, se debe cancelar el paquete en cuotas equivalentes al 25% con una periodicidad mensual.

El 100% del pago debe estar realizado 2 meses antes del evento.

Si existiese un evento a realizarse en menos de 6 meses, el cliente debe pagar el equivalente.

En caso de cancelar el evento, se devolverá el 15% del valor pagado hasta la fecha.

La gerencia general conjuntamente con la coordinadora de eventos debe analizar caso por caso para flexibilizar el plazo, el tiempo y la forma de pago de un evento. Con la aprobación de la gerencia general se procederá en estos casos.

Los precios están sujetos a cambios por temporada o día feriados.

RESTRICCIONES:

Para mantener el valor del paquete y de las tarifas utilizadas por grupo dentro de lo ofrecido, los invitados deberán llegar el mismo día, caso contrario deberán pagar tarifas adicionales y se incrementarán los valores del paquete o de otros servicios requeridos según la cantidad de invitados que asistan a la boda.

SERVICIOS ADICIONALES:

- ❖ Precio por persona de noche adicional en Quito: 60\$ por personas más impuestos.
- ❖ Precio por servicio de transfer (en caso de que los pasajeros arriben en horario diferente) tendrán que pagar 43\$ por persona para contratar un transfer in a la ciudad de Quito desde el aeropuerto.

PAQUETES TURÍSTICOS EN ECUADOR ADICIONALES:

Tanto los pasajeros como los novios podrán extender su estadía en Ecuador en diferentes destinos. Bodas & Eventos en La Mitad del Mundo, pone a su disposición los siguientes paquetes turísticos:

DESTINO: CUIDAD DE CUENCA

DURACIÓN: 3 DÍAS 2 NOCHES

ITINERARIO:

Salida la noche anterior al inicio del tour

Día 1.- CUENCA-CHORDELEG. Alojamiento en el Hotel Dorado. Desayuno con mote pillo. Durante la mañana se realizará un City Tour recorriendo: el mirador del Turí; los, monumentos, plazas e iglesias destacadas de Cuenca (patrimonio cultural). Almuerzo. Por la tarde se irán a Gualaceo, poblado conocido por la producción de zapatos de cuero y Chordeleg muy conocido por el trabajo de orfebrería en oro y plata. Cena.

Día 2.- EL CAJAS-BAÑOS. Desayuno. Visita al parque nacional Cajas, además visitaremos la virgen del mismo nombre. Almuerzo. Por la tarde viajaremos Baños de Cuenca. Para disfrutar de la aguas termales, consideradas las mejores en propiedades medicinales de Ecuador. Cena.

Día 3.- INGAPIRCA. Desayuno. Retorno a la ciudad de origen visitando las ruinas arqueológicas del complejo de Ingapirca. Almuerzo.

PRECIO DEL TOUR: \$110 POR PERSONA

INCLUYE:

- ❖ Transporte de Turismo
- ❖ Alojamiento El Dorado
- ❖ Alimentación 7 comidas
- ❖ Cumplimiento del itinerario

NO INCLUYE:

- ❖ Entradas
- ❖ Todo lo que no se encuentre específico en el itinerario
- ❖ Almuerzo del último día

- ❖ Impuestos
- ❖ Pasaje aéreo Quito- Cuenca- Quito

Nota:

- ❖ Los precios pueden variar según la cantidad de personas

DESTINO: AMAZONÍA TENA- MISAHUALLI

DURACIÓN: 4 DÍAS/ 3 NOCHES

ITINERARIO:

Día 1. Alojamiento en la Hostería Los Helechos ahí podrán recorrer los senderos y caminos de la selva. Desayuno, caminata por sendero ecológico, apreciando la flora y fauna del sector, hacia la Cascada las Latas, en la cual, el turista podrá tomar un refrescante baño o, tomarse fotos. Almuerzo y uso de las instalaciones del Hotel. Cena. Noche de Discoteca (opcional).

Día 2. Desayuno. Arribo al puerto de MISAHUALLÍ luego, tomarán una lancha hacia el interior de la selva una hora de navegación, visitaremos el Museo Quechua, el Centro de Rescate Amazónico, caminata por la reserva con un guía especializado y mucho más. En el recorrido se brindará un reforzado box lunch. Cena. Noche de Discoteca (opcional).

Día 3. Desayuno. Visita al Zoológico el Arca, *uno de los más grandes de la región amazónica de gran reconocimiento, visitarán las legendarias Cavernas de Jumandi.* Almuerzo. Tarde libre (balneario del río Quijos-opcional). Cena. Noche de Discoteca (opcional).

Día 4. Después del desayuno, regreso a la ciudad de Quito por Baños visitando: la cascada Pailón del Diablo, tarabita, la ciudad de Baños (almuerzo), la comunidad Salasaca y Pelileo Jeans.

PRECIO: 218 \$ POR PERSONA

INCLUYE:

- ❖ Transporte turístico desde Quito a Misahualli con seguro de viaje
- ❖ Transporte fluvial en canoa

- ❖ Alimentación y Alojamiento
- ❖ Botiquín de primeros auxilios

Guía de turismo profesional

NO INCLUYE:

(Considera costo del traslado hacia el lodge que elijas)

- ❖ Bebidas alcohólicas y gaseosas
- ❖ Llamadas telefónicas
- ❖ Almuerzo último día
- ❖ Y lo no especificado en el itinerario

PAQUETE BODA HACIENDA EN LOS ANDES

**OPCIÓN 2: ANDES SUR “BODA ANDINA” TOUR QUITO-RUTA DE LOS VOLCANES- HACIENDA LA CIÉNEGA- COTOPAXIQUITO
DESTINO: QUITO-RUTA DE LOS VOLCANES- HACIENDA LA CIÉNEGA QUITO**

DURACIÓN: 5 DÍAS/ 4 NOCHES + TRANSFERS

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE:

Es un paquete de boda en donde los invitados y los novios podrán celebrar el día más importante de sus vidas juntos a sus amigos y familiares más cercanos, celebrando su boda en una hacienda ubicada en la provincia de Cotopaxi en un poblado llamado Laso; la misma que ofrecerá una boda tradicional al estilo colonial con un toque andino en su decoración y ambientación. Paquete que incluye transporte para los invitados, transfers, tour en Quito y de los pueblos al sur del país al igual que visitar lugares turísticos para conocer la cultura y tradiciones del Ecuador y finalmente la ceremonia y el alojamiento durante la estadía de los visitantes. Se hospedarán en una hacienda que en la época colonial fue una mansión la misma que albergó a personas importantes incluyendo presidentes y personajes de la historia del Ecuador. Lo más interesante es que la mansión dentro de la Hacienda La Ciénega fue construida con piedra volcánica y cuenta con una pequeña capilla

en su interior, lo que permite realizar toda la ceremonia de unión en una boda al igual que los jardines y entrada principal dan un toque romántico para entrar en carroza, caballo o moto.

ITINERARIO

Día 1. Arribo a Quito espera en el aeropuerto de 16h00 hasta las 18h00 pm, transfer in al Hotel Best Western Casino Plaza y check in. Por la noche cena en el hotel y city tour en bus por el centro histórico parada en la iglesia la Basílica.

Día 2. Desayuno- Salida desde Quito pasando por la ruta de los volcanes con guía especializado, recorriendo las ciudades principales hasta llegar al Parque Nacional Cotopaxi, se realizará un recorrido por el mismo, lunch incluido. Check In en la hacienda La Ciénega. Almuerzo. Por la tarde tour interno dentro de la hacienda reseña histórica. Horas de descanso y cena por la noche.

Día 3.- Desayuno + *PAQUETE BODA ANDINA, que incluye servicio de peluquería para la novia e invitadas. Iglesia y ceremonia de los novios, almuerzo incluido y fiesta de boda y hora loca hasta la noche con juegos pirotécnicos.

Día 4. Desayuno. Salida a las ciudades y pueblos cercanos de la Hacienda. 1. Visita a Salcedo, pueblo reconocido por las heladerías más antiguas del Ecuador donde se pueden tomar los helados tradicionales. 2. Luego iremos vía la comunidad indígena Salazaca en donde hay un mercado tradicional y artesanías además de paisajes hermosos alrededor. Almuerzo de comida típica en el restaurante La Finca. Por la tarde irán de shopping a Quisapincha cerca de Ambato, ciudad del cuero en donde tendrán tiempo para comprar recuerdos y todo lo que necesiten en cuero. Regreso a la hacienda la Ciénega. Cena.

Día 5. Desayuno. Retorno a Quito o aeropuerto directamente. Regalo de despedida por parte del hotel una cajita con recuerdos. Fin de nuestros servicios.

PRECIO: se lo estableció según el evento

OPCIÓN 1. Los novios pagan la boda completa incluyendo (arribo invitados, ceremonia, alimentación y alojamiento de los invitados; tour a realizar dentro del paquete establecido (* PAQUETE BODA ANDINA) durante los 5 días y 4 noches.)

VALOR: \$19.989 POR LOS 30 PAX INCLUYE IVA

OPCIÓN 2: Los novios pagan sólo la ceremonia para los invitados y el transporte de ellos al hotel, además del menú de ese día, más el tour por los dos y el alojamiento dentro del paquete establecido durante los 5 días y 4 noches.

VALOR: \$ 3.211 POR LOS 2 PAX INCLUYE IVA

OPCIÓN 3: Los novios pagan la ceremonia pero los invitados corren por los gastos del paquete creado que incluye alojamiento, alimentación y el tour establecido durante los 5 días y 4 noches.

VALOR:\$ 599.20 POR CADA PAX INCLUYE IVA

PRECIO POR PAQUETE INCREMENTA SI NO SE RESERVA PARA EL MÍNIMO DE 30 PAX:

ENTRE 10- 14 PAX: \$720

ENTRE 15-21 PAX: \$660

ENTRE 22-30 PAX: \$599.20

INCLUYE:

- ❖ Transporte de turismo con seguro de viaje
- ❖ Almuerzos y cenas establecidos para el grupo
- ❖ Entradas, (según lo detallado)

- ❖ Guía de Turismo

NO INCLUYE:

- ❖ Almuerzos y cenas a la carta
- ❖ Pasaje aéreo desde el país donde proviene
- ❖ Bebidas extras y lo no especificado en el itinerario

POLÍTICAS DE RESERVACIÓN, PAGO Y CANCELACIÓN:

Para la reservación, pago y cancelación de los servicios se realizará un contrato en donde se especifiquen las siguientes políticas:

El evento debe ser reservado con 6 meses de anticipación, el momento que se realiza esa reserva se debe pagar la primera cuota equivalente al 25%- Una vez realizada la reserva, se debe cancelar el paquete en cuotas equivalentes al 25% con una periodicidad mensual.

El 100% del pago debe estar realizado 2 meses antes del evento.

Si existiese un evento a realizarse en menos de 6 meses, el cliente debe pagar el equivalente.

En caso de cancelar el evento, se devolverá el 15% del valor pagado hasta la fecha.

La gerencia general conjuntamente con la coordinadora de eventos deben analizar caso por caso para flexibilizar el plazo, el tiempo y la forma de pago de un evento. Con la aprobación de la gerencia general se procederá en estos casos.

Los precios están sujetos a cambios por temporada o feriados.

RESTRICCIONES:

Para mantener el valor del paquete y de las tarifas utilizadas por grupo dentro de lo ofrecido, los invitados deberán llegar el mismo día, caso contrario

deberán pagar tarifas adicionales y se incrementarán los valores del paquete o de otros servicios requeridos según la cantidad de invitados que asistan a la boda.

SERVICIOS ADICIONALES:

- ❖ Precio por persona de noche adicional en Quito: 60\$ por personas más impuestos.
- ❖ Precio por servicio de transfer (en caso de que los pasajeros arriben en horario diferente) tendrán que pagar 43\$ por persona para contratar un transfer in a la ciudad de Quito desde el aeropuerto.

PAQUETES TURÍSTICOS EN ECUADOR ADICIONALES:

Tanto los pasajeros como los novios podrán extender su estadía en Ecuador en diferentes destinos. Bodas & Eventos en La Mitad del Mundo, pone a su disposición los siguientes paquetes turísticos:

DESTINO: AMAZONÍA- TOUR LA RESERVA DEL CUYABENO

DURACIÓN: 4 DÍAS / 3 NOCHES

ITINERARIO:

Día 1. Quito - Lago Agrio - El Puente. Vuelo (09:00 a.m.) o viaje en autobús (un día antes 6 - horas) a Lago Agrio. Transporte terrestre desde Lago Agrio hacia el Puente. Viaje en canoa en el río de Cuyabeno a nuestro lugar de destino cena.

Día 2. Río Cuyabeno.- Después del desayuno, realizaremos remo a canoa en la laguna de Caimán-cocha, disfrutaremos de de la naturaleza, almuerzo, caminata en el bosque primario con lecciones en el uso de plantas medicinales para supervivencia. Antes de regresar a nuestro lodge Tapir Jungle Lodge se tendrá tiempo, para nadar y disfrutar de la Laguna Grande y si las condiciones lo permiten observaremos delfines rosados de agua dulce.

Día 3. Río Cuyabeno.- En la mañana caminata en la comunidad Tarapuy Siona junto al guía contratado quien dará una explicación sobre la cultura y tradiciones de las personas de la zona. En la tarde pesca de pirañas. Durante la noche se realizará una visita nocturna en canoa para ver caimanes.

Día 4. EL Puente - Lago Agrio - Quito. Observación de aves temprano por la mañana. Después del desayuno regreso al Puente, luego a Lago Agrio (16:00). Vuelo o regreso en autobús para Quito.

PRECIO POR PERSONA:

4 DÍAS 3 NOCHES \$ 220,00

5 DÍAS 4 NOCHES \$260,00

INCLUYE:

- ❖ Guía Bilingüe Naturalista
- ❖ Transporte desde El Puente (canoa)-lodge-el puente
- ❖ Transporte desde Lago-el puente-lago
- ❖ 3 Noches de Alojamiento Tapir Lodge
- ❖ Botas de caucho, ponchos de agua
- ❖ Inversor eléctrico para recarga de pilas y baterías.
- ❖ Alimentación durante el tour (desayuno-almuerzo-cena y agua purificada)
- ❖ Excursiones.
- ❖ Cabañas privadas con baños

NO INCLUYE:

- ❖ Transporte Quito - Lago Agrio, El Puente – Quito

- ❖ 2,00 para la comunidad
- ❖ Consumos extras
- ❖ Alimentación antes y después del tour
- ❖ Propinas

SALIDAS FRECUENTES:

4 DÍAS 3 NOCHES

Lunes, Martes y Viérnes (desde Lago Agrio)

DESTINO: CUENCA, LOJA, MACHALA – TOUR RUTA DEL TESORO

DURACIÓN: 4 DÍAS/ 3 NOCHES

ITINERARIO:

Día 1.- Salida 08:30 p.m. hacia Cuenca. Desayuno. Acomodaciones en el Gran Hotel. Nuestra primera actividad será visitar el Turi, mirador turístico desde el cual se tiene una vista panorámica de la ciudad de Cuenca. Seguidamente nos dirigiremos hacia Chordeleg, lugar famoso por sus trabajos en oro y plata. Almuerzo. En la tarde recorreremos las siete iglesias de vocación religiosa tradicional. Cena (Discoteca Opcional)

Día 2.- Desayuno. Salida hacia Loja Hotel Caribe. En el viaje haremos una parada en Saraguro, conoceremos su iglesia, vida y costumbres de esta comunidad. Llegada a Loja. Almuerzo. Aprovecharemos la tarde para conocer el famoso Parque Jipiro, donde avestruces, patos, caballos ponis y otros animalitos permanecen en estado libre. El ornato del parque, es otro atractivo turístico que nos asombrará mucho. A la vez, haremos un City tour conociendo parques iglesias y demás sitios interés turístico. Cena. . (Discoteca opcional).

Día 3.- Desayuno. Salida hacia el Santuario del Cisne, lugar donde se encuentra la milagrosa virgen conocida como “la Churona o del Cisne”

elaborada por Diego de Robles en el siglo XVI. Traslado a la Sultana de el Oro Zaruma". El lugar, al ser minero, a logrado una arquitectura típica de una clase social muy alta. Almuerzo. En la tarde recorrido hacia Porto velo, declarado patrimonio cultural e histórico del Ecuador. Visitaremos, aquí, el famoso museo Mineralógico con 7 mil piezas del mundo incluidas del Ecuador, y varios instrumentos usados en el área minera. Seguiremos nuestro viaje a Machala. Cena. Acomodaciones en el Hotel San Francisco.

Día 4.- Desayuno. Visita a Puerto Bolívar, para posteriormente trasladarnos en bote hacia la Isla de Jambeli, donde disfrutaremos de su playa y un almuerzo playero. Almuerzo y retorno.

PRECIO POR PAX \$ 170

TOUR RUTA DEL TESORO INCLUYE:

- ❖ Alojamiento
- ❖ Transporte de turismo con seguro de viaje
- ❖ alimentación
- ❖ Botiquín de primeros auxilios
- ❖ Guía profesional de turismo
- ❖ Entradas a todos los lugares especificados en el programa

TOUR RUTA DEL TESORO NO INCLUYE:

- ❖ Llamadas telefónicas, bebidas alcohólicas, gaseosas, bebidas extras, y lo no especificado en el programa.
- ❖ Impuestos

LUNAS DE MIEL

Los otros tipos de paquetes que ofrece la empresa son “Lunas de Miel” y se han tomado en cuenta los siguientes destinos, enfocándonos en que cuenten con lugares calificados, que cuenten con alguna reseña histórica o sean lugares significativos y adecuados para brindar el mejor servicio, los mismos que están ubicados en diferentes provincias y ciudades del Ecuador:

4.2.1.2.1.2 LUGARES DESTINADOS PARA LAS LUNAS DE MIEL

Tabla 21. Destinos

NO.	ESTABLECIMIENTO	LUGAR
1	HOTEL ALBERMARLE GALÁPAGOS	GALÁPAGOS
2	LUNA RUNTUN	BAÑOS- TUNGURAHUA

- ❖ Para obtener la caracterización de estos paquetes según el precio se utilizará PREMIUM como lo más caro y ESTÁNDAR un precio intermedio

Rango utilizado para los paquetes de lunas de miel de 600\$ a 950\$, para obtener un precio intermedio y realizar los cálculos para el estudio financiero, el promedio utilizado es de 789,18\$ (se sumaron todos los valores y se dividió para la cantidad de paquetes).

TABLA 22. CATEGORIZACIÓN DE LOS PAQUETES

PROVINCIA	ESTABLECIMIENTOS	PREMIUM	ESTANDAR
ZONA INSULAR GALÁPAGOS	HOTEL ALBEMARLE GALÁPAGOS	935,09\$	
BAÑOS	LUNA RUNTUN		643,28\$

PAQUETES DE LUNAS DE MIEL

LUNAS DE MIEL

PAQUETE LUNA DE MIEL EN LAS ISLAS ENCANTADAS- GALÁPAGOS

OPCIÓN 1: ZONA INSULAR “LUNA DE MIEL EN EL PARAÍSO”

TOUR QUITO-GALÁPAGOS-SANTA CRUZ- ISLA SEYMOUR- ISABELA- SANTA CRUZ- QUITO

DURACIÓN: 5 DÍAS / 4 NOCHES + TRANSFERS

**DESTINO: QUITO- GALÁPAGOS-ISLA SEYMOUR- ISABELA-SANTA CRUZ-
QUITO**

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE:

Es un paquete de Luna de Miel en donde las parejas puedes disfrutar de las Islas Encantadas y relajarse durante los 5 días de tour en un lugar único en el mundo conocido como una de las 7 maravillas del Mundo, en donde apreciarán la flora, fauna y gastronomía de Ecuador junto a su pareja. Recibirán un trato y atención personalizada por los operadores. La pareja visitará 3 islas y lograrán visitar los destinos y sitios más visitados en Galápagos.

ITINERARIO:

Día 1. Arribo a Quito salida a Galápagos, hospedaje en el hotel Pelican Bay. Recorrido a tortuga bay por la tarde. Cena.

Día 2. Desayuno. Transfer Santa Cruz- Isla Seymour full day, avistamiento de aves, animales endémicos, descanso en playa y snorkle. Lunch. Retorno a Santa Cruz, transfer en la tarde a Isla Isabela check in Hotel Albermarle noche de bienvenida, cena buffet y cocteles.

Día 3. Desayuno frente al mar. Full day Isabela, visita túneles de lava hikking por la zona snorkle descanso en la playa. Lunch. Por la tarde visita al volcán de Isabela. Avistamiento de animales por la zona y bebidas energizantes, fruta y refrescos. Regreso al puerto de Isabel. Cena a la luz de la luna el frente de la

playa zona privada para recién casados con velas y frutas . Cancelar lo adicional al paquete, cerrar cuenta.

Día 4.Desayuno. Check out hotel, toman el primer transfer a Santa Cruz, se hospedan en el hotel El Bambú Galápagos Inn. Almuerzo en el hotel. Tarde recorrido por la Estación Científica Charles Darwin y visita al Parque Nacional Galápagos avistamiento de tortugas gigantes. Cena, salida a pub y bars en la noche.

Día 5. Desayuno. Cajita con recuerdos. Transfer al aeropuerto vía Quito.

PRECIO:

OPCIÓN 1: PRECIO EXTRANJEROS NO INCLUYE PASAJE AÉREO \$ 1.176.84 POR PERSONA INCLUYE IVA

OPCIÓN 2: PRECIO NACIONALES NO INCLUYE PASAJE AÉREO \$ 1.047.31 POR PERSONA INCLUYE IVA

INCLUYE:

- ❖ Transporte privado de turismo
- ❖ 4 noches de alojamiento
- ❖ Desayunos de todos los días
- ❖ Almuerzo y cenas del menú establecido para el grupo
- ❖ Guía profesional de turismo.
- ❖ Botiquín básico de primeros auxilios
- ❖ Entrada al parque y tarjeta de turista
- ❖ Recorrido a todos los lugares turísticos ofrecidos en el itinerario
- ❖ Transfers in-out. Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto

NO INCLUYE:

Almuerzos y cenas a la carta

Entradas a los destinos turísticos
boleto aéreo desde quito

Bebidas alcohólicas.

POLÍTICAS DE RESERVACIÓN, PAGO Y CANCELACIÓN:

Para la reservación, pago y cancelación de los servicios se realizará un contrato en donde se especifiquen las siguientes políticas:

El evento debe ser reservado con 6 meses de anticipación, el momento que se realiza esa reserva se debe pagar la primera cuota equivalente al 25%- Una vez realizada la reserva, se debe cancelar el paquete en cuotas equivalentes al 25% con una periodicidad mensual.

El 100% del pago debe estar realizado 2 meses antes del evento.

Si existiese un evento a realizarse en menos de 6 meses, el cliente debe pagar el equivalente.

En caso de cancelar el evento, se devolverá el 15% del valor pagado hasta la fecha.

La gerencia general conjuntamente con la coordinadora de eventos deben analizar caso por caso para flexibilizar el plazo, el tiempo y la forma de pago de un evento. Con la aprobación de la gerencia general se procederá en estos casos.

Los precios están sujetos a cambios por temporada o feriados.

RESTRICCIONES:

Para mantener el valor del paquete y de las tarifas utilizadas por la pareja dentro de lo ofrecido, los turistas deberán llegar el mismo día, caso contrario

deberán pagar tarifas adicionales y se incrementarán los valores del paquete o de otros servicios requeridos.

SERVICIOS ADICIONALES:

- ❖ Precio por persona de noche adicional en Quito: 60\$ por personas más impuestos.
- ❖ Precio por servicio de transfer (en caso de que los pasajeros arriben en horario diferente) tendrán que pagar 43\$ por persona para contratar un transfer in a la ciudad de Quito desde el aeropuerto.

PAQUETES TURÍSTICOS EN ECUADOR ADICIONALES:

Tanto los pasajeros como los novios podrán extender su estadía en Ecuador en diferentes destinos. Bodas & Eventos en La Mitad del Mundo, pone a su disposición los siguientes paquetes turísticos:

DESTINO: TOUR NARIZ DEL DIABLO

DURACIÓN: 2 DÍAS /1 NOCHE

La Nariz del Diablo es una majestuosa obra de ingeniería, única en el mundo, ubicada a 2346 metros sobre el nivel del mar, tiene forma de zig-zag su altura es de 1900 m.s.n.m, ruta que fue parte del sistema ferroviario más extenso del Ecuador.

ITINERARIO

Día 1. Salida desde Quito por la Avenida de los Volcanes hacia la ciudad de Riobamba, admirando los hermosos paisajes andinos. Si el clima favorece se logrará observar los volcanes y nevados como el Cotopaxi, Antisana, Tungurahua y Chimborazo, también pasaremos por algún mercado indígena y veremos las ciudades coloniales como Latacunga y Ambato. A nuestro arribo a Riobamba visitaremos el centro de la ciudad y partiremos hacia Alausí en donde pasaremos la noche.

Día 2. Este día nos levantaremos muy temprano, para después de degustar un exquisito desayuno, disponemos a pasar un día inolvidable sobre rieles. Nos dirigiremos a la estación del tren, para recorrer la ruta denominada la Nariz del Diablo, una de las más hermosas, vía férrea que ofrece una gran aventura a bordo. Durante su trayecto pasaremos por un sin número de pequeños pueblos enclavados en las montañas y extensos territorios, con paisajes increíbles.

El tren desciende 800 metros en el zig-zag de la formación rocosa que, por su dificultad y forma, fue denominada con esta alusión al demonio. Esta bajada permite sentir el cambio de climas desde el altiplano hasta el litoral. Al llegar a la estación de Sibambe, disfrutaremos de una presentación de danza organizada por la comunidad indígena de toltec, aquí también encontrará un lugar donde se puede comprar artesanías propias de la zona. Después de aproximadamente dos hora y media de recorrido, observando los increíbles paisajes andinos y el volcán Chimborazo, retornaremos en tren a Alausí y seguidamente a Quito.

Se recomienda llevar

Ropa abrigada, protector solar, gafas, cámara de fotos, binoculares y buenos zapatos para caminar.

PRECIO: 350\$ POR PERSONA

PRECIO POR DOS PERSONAS: \$ 195

INCLUYE:

- ❖ Transporte Quito – Riobamba- Alausí- Riobamba- Quito
- ❖ Guianza durante el tour
- ❖ Hospedaje
- ❖ Seguro de viaje

NO INCLUYE:

- ❖ Almuerzos
- ❖ Bebidas alcohólicas
- ❖ Entradas a museo ni parques

DESTINO: RUTA DEL SOL SPONDYLLUS**DURACIÓN: 4 DÍAS / 3 NOCHES****ITINERARIO:**

Día 1. MANTA.- Alojamiento en el Hotel Boulevard. Desayuno costeño. Salida a disfrutar de la playa del Murciélago, a la vez, haremos un tour de bahía en bote. Almuerzo. En la tarde, visita a Montecristi (Ciudad Alfaro), lugar para comprar artesanías, visitar el museo y la sede de la asamblea constituyente, hoy de carácter turístico. Cena. Discoteca (opcional)

Día 2. MACHALILLA-MONTAÑITA.- Desayuno. Check out. Ruta del sol-Salinas. Cruzaremos las poblaciones de Piñas, Puerto Cayo, Machalilla - lugar donde ingresaremos, a la Playa de los Frailes, subiremos al mirador y, pasaremos por tortuguita perteneciente al Parque Nacional Machalilla-. Almuerzo en Puerto López. Continuando tenemos Ayampe, la cordillera chongón clonche, Olón (aquí visitaremos el santuario que tiene forma de barco y guarda una imagen milagrosa que lloró sangre). Llegada a la playa de Montañita, lugar que atrae muchos turistas extranjeros, artesanos de diferentes países, y surfistas de gran reconocimiento nacional e internacional. Continuando nuestro recorrido hacia Salinas, en Valdivia entraremos al acuario con más de 50 especies marinas, caballitos de mar, pingüinos, león marino, cangrejos, estrellas de mar, etc. Alojamiento en el Hotel Salinas Costa Azul o similar Cena. Discoteca opcional.

Día 3. SALINAS.- Desayuno. Mañana playera en Salinas, además, realizaremos un tour de bahía conociendo Chipipe. Por la tarde, después del almuerzo, seguiremos la ruta de Mar Bravo conociendo los salineros hasta

llegar al complejo turístico de San Vicente -Lodos terapéuticos, aguas termales medicinales, lodoterapias, etc.-. Retorno al hotel Cena. Discoteca (opcional)

Día 4. GUAYAQUIL.- Desayuno. Salida hacia Guayaquil, entraremos a la ciudad por la ruta turística conociendo: el estadio del Barcelona, río y Malecón del Salado y Av. 9 de Octubre. Visitaremos el famoso parque de las iguanas, malecón 2000 y barrio de las peñas. Almuerzo. Retorno a la ciudad de origen.

PRECIO DEL TOUR: \$161 POR PERSONA

TOUR RUTA DEL SOL INCLUYE:

- ❖ Alojamiento (hoteles con piscina)
- ❖ alimentación
- ❖ Transporte exclusivo de Turismo desde y retorno a la ciudad de origen
- ❖ Botiquín de primeros auxilios
- ❖ Guía profesional de turismo
- ❖ Entrada al los Frailes
- ❖ Entrada al Acuario de Valdivia
- ❖ Entrada al Complejo turístico de San Vicente
- ❖ Tour de Bahía en Manta
- ❖ Tour en Yate en Salinas

TOUR RUTA DEL SOL NO INCLUYE:

- ❖ Llamadas telefónicas, bebidas alcohólicas, gaseosas, bebidas extras, y lo no especificado en el programa.
- ❖ Impuestos
- ❖ No incluye pasajes aéreos

PAQUETE LUNA DE MIEL EN BAÑOS DE AGUA SANTA
OPCIÓN 2: ENTRE SIERRA Y AMAZONÍA “LUNA DE MIEL MÁGICA”
TOUR QUITO – BAÑOS- LUNA RUNTÚN- BAÑOS- QUITO

DURACIÓN: 5 DÍAS / 4 NOCHES + TRANSFERS

DESTINO: QUITO- BAÑOS- LUNA RUNTÚN- BAÑOS- QUITO

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE:

Es un paquete de Luna de Miel en donde las parejas puedes disfrutar de los paisajes del Ecuador hasta llegar a baños cruzando la Ruta de los Volcanes y recorriendo ciudades y poblados conocidos del país como: Latacunga, Ambato y Pelileo hasta llegar a Baños de Agua Santa. Durante este trayecto se realizarán paradas para comprar ciertos bocaditos tradicionales del Ecuador. Las parejas que elijan este paquete podrán disfrutar de la flora y fauna de Baños un poblado que cuenta con clima húmedo y nublado al igual sentirán un sensación de relajación y naturaleza dentro del hotel ya que podrán disfrutar de las piscinas de aguas termales, un clima agradable complementando con masajes en el Spa y disfrutando de la estadía y gastronomía del lugar durante los 5 días. Recibirán un trato y atención personalizada por los operadores.

ITINERARIO:

Día 1. Espera en el aeropuerto desde las 16h00 hasta las 18h00. Arribo a Quito, hospedaje en el hotel Best Western Casino Plaza. Cena el bus 1028, con recorrido a la ciudad de Quito.

Día 2. Desayuno. Salida a Baños recorriendo la Ruta de los volcanes y realizando paradas en lugares estratégicos donde hay bocaditos típicos del Ecuador. Almuerzo en el Restaurante de la Hosteria Rumipamba de las Rosas. Parada en los helados de la ciudad de Salcedo. Recorrido por la ciudad de Ambato para llegar a la ciudad del cuero quisapincha, donde podrán realizar compras. Por la noche arribo a Baños directamente a Luna Runtún donde

disfrutarán de una cena romántica y descansarán en su habitación con vista a la ciudad de Baños y al volcán Tungurahua.

Día 3. Desayuno con vista a la ciudad de Baños y el paisaje que cuenta este hotel. Se realizarán caminatas por 2 cascadas y terminarán en el pailón del diablo. Almuerzo en la ciudad de baños. Por la tarde le enseñarán hacer melcochas y algunos productos típicos de la ciudad. En la noche regresarán al hotel para relajarse en las piscinas de aguas termales. Tendrán una cena y disfrutarán de una botella de vino y de su habitación decorada con pétalos y velas.

Día 4. Desayuno. Realizarán diferentes tipos de deportes de aventura según la preferencia (canopy- cayonning o rafting. Almuerzo en el hotel. Por la tarde una sesión de masajes de equilibrio para la pareja y tiempo para relajarse en el hotel. En la noche se realizará una visita en chiva a la ciudad de baños y se subirá al mirador para observar el volcán Tungurahua. (dado el caso que como es un volcán activo podría ser un atractivo interesante)

Día 5. Desayuno, cajita de recuerdos. Visita a los puestos donde venden bocaditos típicos de la zona y transporte regreso a la ciudad Quito o aeropuerto.

PRECIO: \$ 720.48 POR PAX INCLUYE IVA

PRECIO POR PAREJA: \$1.440.96 INCLUYE IVA

INCLUYE:

- ❖ Transporte privado de turismo
- ❖ 4 noches de alojamiento
- ❖ Desayunos de todos los días
- ❖ Almuerzo y cenas del menú establecido para el grupo
- ❖ Guía profesional de turismo.

- ❖ Botiquín básico de primeros auxilios
- ❖ Recorrido a todos los lugares turísticos ofrecidos en el itinerario
- ❖ Transfers in-out. Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto

NO INCLUYE:

- ❖ Almuerzos y cenas a la carta
- ❖ Entradas a los destinos turísticos
- ❖ Bebidas alcohólicas

POLÍTICAS DE RESERVACIÓN, PAGO Y CANCELACIÓN:

Para la reservación, pago y cancelación de los servicios se realizará un contrato en donde se especifiquen las siguientes políticas:

El evento debe ser reservado con 6 meses de anticipación, el momento que se realiza esa reserva se debe pagar la primera cuota equivalente al 25%- Una vez realizada la reserva, se debe cancelar el paquete en cuotas equivalentes al 25% con una periodicidad mensual.

El 100% del pago debe estar realizado 2 meses antes del evento.

Si existiese un evento a realizarse en menos de 6 meses, el cliente debe pagar el equivalente.

En caso de cancelar el evento, se devolverá el 15% del valor pagado hasta la fecha.

La gerencia general conjuntamente con la coordinadora de eventos deben analizar caso por caso para flexibilizar el plazo, el tiempo y la forma de pago de un evento. Con la aprobación de la gerencia general se procederá en estos casos.

Los precios están sujetos a cambios por temporada o feriados.

RESTRICCIONES:

Para mantener el valor del paquete y de las tarifas utilizadas por la pareja dentro de lo ofrecido, los turistas deberán llegar el mismo día, caso contrario deberán pagar tarifas adicionales y se incrementarán los valores del paquete o de otros servicios requeridos.

SERVICIOS ADICIONALES:

- ❖ Precio por persona de noche adicional en Quito: 60\$ por personas más impuestos.
- ❖ Precio por servicio de transfer (en caso de que los pasajeros arriben en horario diferente) tendrán que pagar 43\$ por persona para contratar un transfer in a la ciudad de Quito desde el aeropuerto.

PAQUETES TURÍSTICOS EN ECUADOR ADICIONALES:

Tanto los pasajeros como los novios podrán extender su estadía en Ecuador en diferentes destinos. Bodas & Eventos en La Mitad del Mundo, pone a su disposición los siguientes paquetes turísticos:

DESTINO: DESCUBRIENDO SAN CRISTÓBAL

DURACIÓN: 3DÍAS / 2 NOCHES

ITINERARIO

Día 1. Quito / Isla San Cristóbal. Vuelo Quito-San Cristóbal. Traslado al hotel de clase turista. almuerzo a orillas del mar. Por la tarde caminata y snorkelling de primera en el Cerro Frigate Bird y Bahía Darwin. Cena y alojamiento. Comidas incluidas: -/A/C

Día 2. Galapaguera / Isla Lobos / León Dormido. Por la mañana iremos a las tierras altas y visitaremos la Laguna de Junco, un antiguo cráter que ahora es un manantial de agua dulce. Usualmente visitado por los pájaros fragata. Después iremos a la Galapaguera semi natural, una reserva de tortugas.

Regreso al Puerto. Salida en lancha hacia la Islas Lobos, donde podremos bucear en aguas cristalinas rodeado de leones marinos, iguanas marinas y un montón de peces de arrecife. Luego nos iremos a León Dormido, una roca volcánica de 148 metros sobre el nivel del mar. Bucearemos en el canal y en la parte posterior de la roca en busca de (inofensivos) tiburones de arrecife, rayas, y con suerte algunos tiburones martillo!

Almorzaremos y descansaremos antes de volver al puerto para la cena y descanso en el Hotel. Comidas incluidas: D/A/C

Día 3. Lobería / Vuelo de retorno. Por la mañana nuestra última excursión nos llevará a la playa Lobería una playa donde se pueden observar lobos marinos, así como algunas iguanas. Traslado al aeropuerto, vuelo de regreso a tierra firme!

Comidas incluidas: D/-/-

PRECIO: \$ 455 CLASE TURISTA POR PERSONA

INCLUYE

- ❖ Guianza bilingüe
- ❖ Transporte terrestre
- ❖ Bebidas
- ❖ Alojamiento

NO INCLUYE

- ❖ Pasaje aéreo
- ❖ Entrada al parque nacional galápagos ni tarjeta de ingreso
- ❖ Seguro de viaje

DESTINO: TOUR MACHALA-MÁNCORA**DURACIÓN: 4 DÍAS/ 3 NOCHES**

Día 1. JAMBELÍ. Llegada a Machala, acomodaciones en el Hotel San Francisco o similar, desayuno. En la mañana, por Puerto Bolívar, pasaremos a disfrutar de la playa Jambelí. Almuerzo playero. Avanzada la tarde, visitaremos Puerto Jelí a la Cena (Plato especial-MAJARISCO-con bebida). Por la noche, realizaremos un city tour conociendo sus famosos parques como pica piedra y el parque de la mujer entre otros sitios turísticos y, ya en la zona rosa, discoteca, (opcional).

Día 2. MÁNCORA. Después del desayuno, saldremos con destino al balneario de Máncora en Perú, para lo cual, en la frotera, tramitaremos nuestros pases andinos. En Tumbes realizaremos el cambio de moneda; ya en la ruta, visitaremos la hermosa playa de Zorritos. Almuerzo, Acomodaciones Hotel Arena Blanca o similar en Máncora, se caracteriza por sus playas de arenas color entre beige claro y semi-anaranjado, sus aguas cristalinas de color verdiazul (verano) y turquesa (invierno). Tarde playera en Máncora. Cena. Discoteca (opcional)

Día 3. POCITAS. Después del desayuno, en moto taxi viajaremos a la hermosa playa de las Pocitas, se caracteriza por su extensa playa, las pocitas y complejos turísticos de primera. Almuerzo, Retorno a Ecuador realizando shooing en Aguas Verdes-Huaquillas y viajaremos a Cuenca. Cena, acomodaciones en el Hotel Prado Inn o similar. Discoteca (opcional)

Día4.CUENCA.-Después del desayuno, realizaremos un City tour y, luego de visitar el Turi, nos dirigiremos a Chordeleg para realizar shopping. Almuerzo. Retorno a la ciudad de Origen.

PRECIO \$ 235 POR PAX

INCLUYE

- ❖ Transporte Turístico
- ❖ Alojamiento y Alimentación (11 comidas y 3 noches de alojamiento)
- ❖ Botiquín de primeros auxilios
- ❖ Guía de Turismo.
- ❖ Visitas a los lugares establecidos en el itinerario.

NO INCLUYE

- ❖ Transporte en lancha a Jambeli
- ❖ Entradas a museos, discotecas, bebidas alcohólicas; llamadas telefónicas y lo no especificado en el itinerario.
- ❖ Impuestos

DESPEDIDAS DE SOLTEROS

El tercer tipo de paquetes que la empresa ofrece son “Despedidas de Solteros”, son destinos en diferentes lugares del Ecuador pero ofrecen un servicio de calidad y all inclusive para este tipo de celebraciones entre los que se han tomado en cuenta, los siguientes destinos:

4.2.1.2.1.3 LUGARES DESTINADOS PARA DESPEDIDAS DE SOLTEROS

Tabla 28. Destinos

No.	Establecimiento	Lugar
1	HOTEL ORO VERDE	MANTA
2	HOTEL BARCELÓ MIRA MAR	SANTA ELENA- SALINAS

- ❖ Para obtener la caracterización de estos paquetes según el precio se utilizará PREMIUM como lo más caro y ESTÁNDAR un precio intermedio.

El rango utilizado para los paquetes de despedida de solteros es 200\$ a 400\$, para obtener un precio intermedio y realizar los cálculos para el estudio financiero, el promedio utilizado es 362,25\$ (se sumaron todos los valores y se dividieron para la cantidad de paquetes).

Tabla 29. Categorización de los paquetes

PROVINCIA	ESTABLECIMIENTOS	PREMIUM	ESTANDÁR
MANTA-MANABÍ	HOTEL ORO VERDE	368.25\$	
SANTA ELENA-SALINAS	HOTEL BARCELÓ MIRA MAR		356.25\$

4.2.1.2.1.4. PAQUETES DE DESPEDIDA DE SOLTEROS

DESPEDIDA DE SOLTEROS

PAQUETE DESPEDIDA DE SOLTEROS EN LA COSTA ECUATORIANA

OPCIÓN 1: COSTA SUR “DESPEDIDA DE SOLTERO, LAS ÚLTIMAS NOCHES”

TOUR QUITO- MANTA-- QUITO

DURACIÓN: 3 DÍAS 2 NOCHES + TRANSFERS

DESTINO: QUITO- MANTA- MACHALILLA- MONTAÑITA-SALINAS- GUYAQUIL-QUITO

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE:

Este paquete reúne los ingredientes perfectos para pasar dos noches de fiestas en tu despedida de soltero. Para empezar la noche con un toque de glamour, se traslada al novio/novia (junto con los otros amigos/ amigas) en limusina desde del Hotel Oro Verde hacia el restaurante Martinica, donde

son recibidos con alfombra roja y cuentan con máscaras, anteojos, collares entre otras cosas para las fotos durante toda la noche. al más puro estilo hollywoodiense. Allí tendrán una cena con barra libre y para después empezar una noche de locura en una discoteca:

Día 1. Salida desde Quito a Manta, hospedaje en el hotel Oro verde. Según hora de llegada pueden almorzar en el hotel. Por la tarde descanso hasta la noche, en donde los invitados son recogidos por una limosina la misma que les traslada al restaurante Martinica les reciben con una alfombra roja para que ingresen a la cena especial con barra libre, una vez que salen de ahí se van a la discoteca MAVERICK, en donde tiene un lugar reservado + dos botellas de whisky bucanas.

Día 2. Desayuno tipo buffet. Salida a Machalilla hasta Montañita. Cruzaremos las poblaciones de Piñas, Puerto Cayo, Machalilla - lugar donde ingresaremos, a la Playa de los Frailes, subiremos al mirador y se pasará por tortuguita perteneciente al Parque Nacional Machalilla-. Almuerzo en Puerto López. Continuando tenemos Ayampe, la cordillera chongón clolonche, Olón (aquí visitaremos el santuario que tiene forma de barco y guarda una imagen milagrosa que lloró sangre). Llegada a la playa de Montañita, lugar que atrae muchos turistas extranjeros, artesanos de diferentes países, y surfistas de gran reconocimiento nacional e internacional. Regreso al Hotel Oro Verde. Cena. Discoteca opcional con show de bailarinas contratadas en lugar reservado de la discoteca + dos horas de barra libre.

Día 3. Desayuno frente al mar. Cajita de recuerdos y fotos Transfer al aeropuerto de Manta, regreso a Quito.

PRECIO: 412,44 \$ POR PERSONA SIN IVA

PRECIO SI NO SE RESERVA CON EL MÍNIMO D 8 INVITADOS ES DE:

ENTRE 1-4 PAX: \$500

ENTRE 5-8 PAX: \$ 412.44

INCLUYE:

- ❖ Transporte privado dentro de la ciudad
- ❖ Alojamiento
- ❖ Limosina
- ❖ Desayunos y almuerzo + 1 noche de cena incluida en el restaurante Martinica
- ❖ Entrada al Parque Nacional Machalilla
- ❖ Guía Bilingüe
- ❖ Transfers in-out. Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto

NO INCLUYE:

- ❖ Almuerzos y cenas a la carta
- ❖ Ticket aéreo Quito – Manta- Quito
- ❖ Bebidas extras alcohólica de lo incluido en el paquete
- ❖ Alquiler de motos o realizar deportes de aventura en la playa de manta

POLÍTICAS DE RESERVACIÓN, PAGO Y CANCELACIÓN:

Para la reservación, pago y cancelación de los servicios se realizará un contrato en donde se especifiquen las siguientes políticas:

El evento debe ser reservado con 6 meses de anticipación, el momento que se realiza esa reserva se debe pagar la primera cuota equivalente al 25%- Una vez realizada la reserva, se debe cancelar el paquete en cuotas equivalentes al 25% con una periodicidad mensual.

El 100% del pago debe estar realizado 2 meses antes del evento.

Si existiese un evento a realizarse en menos de 6 meses, el cliente debe pagar el equivalente.

En caso de cancelar el evento, se devolverá el 15% del valor pagado hasta la fecha.

La gerencia general conjuntamente con la coordinadora de eventos deben analizar caso por caso para flexibilizar el plazo, el tiempo y la forma de pago de un evento. Con la aprobación de la gerencia general se procederá en estos casos.

Los precios están sujetos a cambios por temporada o feriados.

RESTRICCIONES:

Para mantener el valor del paquete y de las tarifas utilizadas por el grupo dentro de lo ofrecido, los turistas deberán llegar el mismo día, caso contrario deberán pagar tarifas adicionales y se incrementarán los valores del paquete o de otros servicios requeridos.

SERVICIOS ADICIONALES:

- ❖ Precio por persona de noche adicional en Quito: 60\$ por personas más impuestos.
- ❖ Precio por servicio de transfer (en caso de que los pasajeros arriben en horario diferente) tendrán que pagar 43\$ por persona para contratar un transfer in a la ciudad de Quito desde el aeropuerto.

PAQUETES TURÍSTICOS EN ECUADOR ADICIONALES:

Tanto los pasajeros como los novios podrán extender su estadía en Ecuador en diferentes destinos. Bodas & Eventos en La Mitad del Mundo, pone a su disposición los siguientes paquetes turísticos:

DESTINO: TOUR CUYABENO

DURACIÓN: 4 DIAS/ 3 NOCHES

ITINERARIO:

Día 1. Arribo al Cuyabeno. El guía se encontrará en la canoa para trasladar a los turistas al hotel. Almuerzo. Caminata de 30 minutos para adaptarse y recorrer la zona. Cena de bienvenida en Siona Lodge.

Día 2. Desayuno. Tomar la canoa para ir al complejo de lagunas un recorrido hermoso donde se puede ver un bosque inundado con diferentes especies de animales como Hoatzines, tucanes etc. En la Laguna grande se ofrecerá un lunch box y refrescos, se podrán bañar en la laguna y por la noche regresarán al hotel Siona Lodge.

Día 3. Opcional: madrugar para observar aves a primera hora de la mañana. Desayuno. Recorrido al bosque primario donde los guías darán una charla sobre las plantas naturales, medicinales y ancestrales. Se podrán observar animales como armadillos, tapirs, pumas entre otros. Se regresa al almuerzo. En la tarde se tomará una canoa Río arriba para practicar pesca de pirañas, pez gato etc. Pasear en canoas tradicionales conocidas como Quillas.

Día 4. Desayuno. Realizar una caminata corta de despedida por el bosque realizando un juego de concentración en donde los turistas tendrán premios si se acuerdan el nombre de algunas plantas o para que se utilizan. Check out. Retorno a Quito.

PRECIO: 209 POR PERSONA

INCLUYE:

- ❖ Transporte canoas
- ❖ Hospedaje
- ❖ Alimentación
- ❖ Agua en botella
- ❖ Guía bilingüe
- ❖ Ponchos de lluvia y botas de caucho

NO INCLUYE:

- ❖ Transporte hasta el Cuyabeno
- ❖ Bebidas alcohólicas
- ❖ Entrada al parque (20\$ extranjeros, 5\$ nacionales)
- ❖ Impuestos en actividades indígenas

DESTINO: TOUR BAÑOS- PUYO - MACAS**DURACIÓN: 3DIAS 2NOCHES**

Día 1. BAÑOS -PUYO. Temprano en la mañana iniciará nuestro recorrido por la avenida de los volcanes, nuestra primera parada será en Baños al desayuno. Después de visitar la iglesia y parque central de Baños, realizaremos un tour de cascadas, así: primera parada cascada el manto de la novia (cruzaremos la tarabita), seguidamente realizaremos una caminata hacia la cascada del Pailón del Diablo. Continuando con el recorrido, en Puyo, visitaremos el famoso Parque Etnobotánico Omaere. Almuerzo. En el viaje a Macas contemplaremos el mejor puente de suramérica sobre el Pastaza y los asentamientos de los shuar. Llegada a Macas. Acomodaciones en el hotel Nivel 5 o similar. Cena. Noche de discoteca (opcional)

Día 2. MACAS. En Macas, realizaremos un City tour, conociendo el parque central iglesia (destacan sus vitrales), mercado artesanal y visitaremos el zoológico rancho de Fátima (destaca la existencia de jaguares); Almuerzo. Cruzando el aeropuerto (si las condiciones climáticas lo permiten) visitaremos el mirador del Quilamo y la virgen purísima de Macas. Posteriormente subiremos al mirador del Upano, visitaremos el monumento a los heroes de guerra del 95, y visitaremos el legendario pueblo de Sucua. Cena. Noche de discoteca (opcional)

Día 3. PUYO.-Después del desayuno, con nuestro equipaje retornaremos Quito, visitando la parroquia de Veracruz, la Casa del árbol. Almuerzo en Baños. Pararemos en Pelileo y el mercado indígena de los Salasacas. Llegada a Quito.

PRECIO POR PERSONA \$158,00

INCLUYE:

- ❖ Transporte de Turismo con seguro de viaje
- ❖ Alojamiento y alimentación
- ❖ Guía de Turismo
- ❖ Botiquín de primeros auxilios
- ❖ Entradas a todos los lugares especificados en el programa

NO INCLUYE

- ❖ Bebidas alcohólicas, llamadas telefónicas, entradas a discotecas, y lo no especificado en el itinerario

DESTINO: TOUR SALINAS-MONTAÑITA

DURACIÓN: 3 DÍAS 2 NOCHES

Día 1. SALINAS.- Desayuno costeño. Acomodaciones en el hotel SUITES SALINAS o similar (con piscina y a una cuadra de la playa). Mañana playera en San Lorenzo-Salinas. Tour de Bahía en Yate. Después de la playa, haremos uso de la piscina e instalaciones del hotel. Almuerzo. Tarde, luego de un paseo por la chocolatera y los salineros al frente de Mar Bravo, visitaremos la playa de Ballenita y el famoso museo de Farallon de Dillon. Retorno al hotel, Cena. Noche de discoteca (opcional)

Día 2. MONTAÑITA. Desayuno. Temprano en la mañana viajaremos por la ruta del spóndylus (ruta del sol) conociendo San Pablo, Monteverde, Valdivia, Manglar Alto, Olón -aquí visitaremos el mirador y santuario de la virgen de la estrella de mar- Almuerzo (camarones apanados). Ya en Montañita, disfrutaremos de la playa y de toda la algaravía que ofrece este acogedor lugar. Retorno al hotel visitando el famoso acuario de Valdivia y sus mas de 50 especies maríñas. Cena. Noche de discoteca (opcional).

Día 3. GUAYAQUIL.- Después del desayuno saldremos hacia Guayaquil, ingresaremos por la ruta turística de las Avs. Barcelona, 9 de Octubre y 10 de Agosto hasta el famoso Parque de las iguanas. Recorreremos el gran Malecón 2000 y el Barrio de las peñas. Almuerzo en las Menestras del Negro o KFC. Retorno a la ciudad de origen.

PRECIO DEL TOUR 146 \$ POR PERSONA.

INCLUYE

- ❖ Alojamiento y alimentación completa
- ❖ Transporte turístico
- ❖ Asistencia de guía profesional
- ❖ Botiquín de primeros auxilios
- ❖ Tour de bahía
- ❖ Entrada al museo Farallon de Dilon
- ❖ Entrada al Acuario de Valdivia

NO INCLUYE

- ❖ Bebidas, gaseosas y alcohólicas, llamadas telefónicas, entradas a discotecas, y lo no especificado en la programación.
- ❖ Cena del último día.
- ❖ Impuestos

Nota.- Los precios establecidos fueron calculados en base de un grupo mínimo de 20 pasajeros. Por otra parte, cuando MIDDLEARTH TRAVEL publica tours con fecha y hora de salida, se comprende que él o la aspirante a viajar ya puede reservarlo.

DESPEDIDA DE SOLTEROS EN LA COSTA ECUATORIANA

OPCIÓN 2: COSTA SUR “DESPEDIDA DE SOLTERO, ÚLTIMA FARRA SOLTERO”

TOUR QUITO- SALINAS – MONTAÑITA - QUITO

DURACIÓN: 3 DÍAS 2 NOCHES + TRANSFERS

DESTINO: QUITO- SALINAS- MONTAÑITA- MACHALILLA- MONTAÑITA- SALINAS- GUYAQUIL-QUITO

DESCRIPCIÓN DEL PAQUETE:

Este pack reúne todos los ingredientes para pasar dos noches inolvidables juntas a tus amigos en un hotel prestigioso dentro una ciudad en la Costa ecuatoriana. Para empezar se traslada al novio/novia (junto con los otros amigos/ amigas) en limusina desde del Hotel a recorrer salinas en la noche y de regreso al hotel serán atendidos como clientes vip. Allí tendrán una cena con barra libre y fiesta.

ITINERARIO:

Día 1. Salida desde Quito a Guayaquil y se trasladan a Salinas, hospedaje en el Hotel Barceló Mira mar. Según hora de llegada pueden almorzar en el hotel. Por la tarde descanso hasta la noche, en donde los invitados son recogidos por una limosina para recorrer salinas en la noche y el malecón regresan al hotel y son recibido como invitados vip y tienen reservado un salón vip, en donde el hotel se encargó de decorar y ambientar el lugar para la cena y noche de cocteles, una vez que salen de ahí se van a la discoteca NYTRO, en donde tiene un lugar reservado + dos botellas de whisky buchanans.

Día 2. Desayuno. Salida montaña viaje por la ruta spondyllus pasaremos por San pablo, Monteverde, valdivia, manglar alto, olón y visitaremos el mirador. Almuerzo. En montaña se disfrutará de la playa y podrán practicar surf o aolearse. Retorno al hotel en salinas. Regreso al Hotel Barceló. Tienen un

show de bailarinas exóticas de la zona y se van a cenar al hotel. Discoteca opcional Arena club + dos horas de barra libre.

Día 3. Desayuno frente al mar. Paseo a las piscinas termales de origen volcánico. Almuerzo opcional. Cajita de recuerdos y fotos. Transfer al aeropuerto de Guayaquil, regreso a Quito.

PRECIO: \$399 POR PERSONA

PRECIO SI NO SE RESERVA PARA EL MÍNIMO DE 8 INVITADOS:

ENTRE 1-4 PAX: \$460

ENTRE 5-8 PAX: \$399

INCLUYE:

- ❖ Transporte privado dentro de la ciudad
- ❖ Alojamiento
- ❖ Limosina
- ❖ Desayunos y almuerzo + 1 noche de cena incluida en el restaurante Martinica
- ❖ Entrada al Parque Nacional Machalilla
- ❖ Guía Bilingüe
- ❖ Transfers in-out. Aeropuerto-Hotel-Aeropuerto

NO INCLUYE:

- ❖ Almuerzos y cenas a la carta
- ❖ Ticket aéreo Quito – Manta- Quito
- ❖ Bebidas extras alcohólica de lo incluido en el paquete
- ❖ Alquiler de motos o realizar deportes de aventura en la playa de manta

POLÍTICAS DE RESERVACIÓN, PAGO Y CANCELACIÓN:

Para la reservación, pago y cancelación de los servicios se realizará un contrato en donde se especifiquen las siguientes políticas:

El evento debe ser reservado con 6 meses de anticipación, el momento que se realiza esa reserva se debe pagar la primera cuota equivalente al 25%- Una vez realizada la reserva, se debe cancelar el paquete en cuotas equivalentes al 25% con una periodicidad mensual.

El 100% del pago debe estar realizado 2 meses antes del evento.

Si existiese un evento a realizarse en menos de 6 meses, el cliente debe pagar el equivalente.

En caso de cancelar el evento, se devolverá el 15% del valor pagado hasta la fecha.

La gerencia general conjuntamente con la coordinadora de eventos deben analizar caso por caso para flexibilizar el plazo, el tiempo y la forma de pago de un evento. Con la aprobación de la gerencia general se procederá en estos casos.

Los precios están sujetos a cambios por temporada o feriado.

RESTRICCIONES:

Para mantener el valor del paquete y de las tarifas utilizadas por el grupo dentro de lo ofrecido, los turistas deberán llegar el mismo día, caso contrario deberán pagar tarifas adicionales y se incrementarán los valores del paquete o de otros servicios requeridos.

SERVICIOS ADICIONALES:

- ❖ Precio por persona de noche adicional en Quito: 60\$ por personas más impuestos.
- ❖ Precio por servicio de transfer (en caso de que los pasajeros arriben en horario diferente) tendrán que pagar 43\$ por persona para contratar un transfer in a la ciudad de Quito desde el aeropuerto.

PAQUETES TURÍSTICOS EN ECUADOR ADICIONALES:

Tanto los pasajeros como los novios podrán extender su estadía en Ecuador en diferentes destinos. Bodas & Eventos en La Mitad del Mundo, pone a su disposición los siguientes paquetes turísticos:

DESTINO: TOUR YASUNÍ 4 DÍAS

DURACIÓN: 4 DÍAS/ 3 NOCHES

Día 1. Recepción por nuestro personal en la ciudad de Coca (Francisco de Orellana), traslado en autobús hasta el territorio Huaorani, comunidad Tiguino, ubicada en la Provincia de Pastaza. Lunch. Navegamos el río Tiguino aguas abajo. En el trayecto tenemos la oportunidad de observar aves y mamíferos, como con suerte guacamayos, tucanes y a veces también monos. En las cabañas el guía da una charla acerca del tour y después disfrutamos un cocktail de bienvenida. Cena

Día 2. Temprano en la mañana navegamos el río Tiguino aguas abajo en una canoa de remo, tenemos la oportunidad de observar con suerte diferentes tipos de aves y mamíferos. Desayuno. Realizamos una caminata en la selva de 4 a 6 horas, donde el guía nativo y el intérprete explican sobre la flora y fauna existente en la zona y su uso por los indígenas para la construcción de sus casas, armas o su uso medicinal. Retorno a las cabañas. Lunch. Por la tarde pesca deportiva y observación de Caimanes.

Día 3. Muy temprano en la mañana realizamos una caminata en búsqueda de mamíferos. Desayuno. Caminata y explicación sobre el complejo sistema de la selva. Lunch. En la tarde navegación en la laguna en canoas de remo Competencia de la cerbatana y por la noche caminata nocturna en la selva en búsqueda de insectos, anfibias y otros animales nocturnos.

Día 4. Opcional: Muy temprano en la mañana hacemos un pequeño tour para observar aves y mamíferos. Desayuno. Empacaremos nuestro equipaje para

luego navegar aguas arriba por el río Tiguino. En el trayecto tomamos el lunch en una playa en el puente nos espera el autobús que nos traslada a la ciudad de Coca donde se arriba a las 16:30 pm.

Reservas: hasta 10 días antes de la fecha de salida, para **feriados** y temporada alta se recomienda separar los espacios con 3 o más semanas de anticipación.

PRECIO: 369\$ POR PERSONA

INCLUYE:

- ❖ Transporte fluvial
- ❖ Hospedaje
- ❖ Alimentación
- ❖ Agua purificada
- ❖ Poncho y botas de caucho
- ❖ Guía bilingüe

NO INCLUYE:

- ❖ Transporte hasta el Coca
- ❖ Bebidas alcohólicas
- ❖ Entrada al parque

DESTINO: AVENTURA TREN BUCAY (GUAYAQUIL)

DURACIÓN: 3 DÍAS/ 2 NOCHES

Día 1. 07:00 traslado a Durán. Toman un tren para ir a Bucay, recorrido 4 horas 12:30 traslado a hotel u hostería. Almuerzo. Visita un trapiche de la zona donde, los turistas podrán extraer su propio jugo de caña y degustarlo. Caminata a una cascada, donde podremos disfrutar de un refrescante y energizante baño en sus cristalinas aguas o Práctica de deporte extremo canyoning (no incluido). Cena.

Día 2 Desayuno. Visita a cascada del sector, caminata. Práctica de deporte extremo canyoning (no incluido). Almuerzo. Tiempo libre. 15:00 inicia retorno a lugar de origen.

Reservas: hasta 10 días antes de la fecha de salida, para feriados y temporada alta se recomienda separar los espacios con 3 o más semanas de anticipación.

PRECIO: 119\$ POR PERSONA (VALOR CALCULADO EN BASE A 16 PASAJEROS)

Precio por pasajero en tour personalizado

# paxs	2	3 a 5	6 a 9	10 a 16	+ de 16
Precio Usd	-	199	169	136	119

INCLUYE:

- ❖ Transporte privado para el grupo
- ❖ Alojamiento
- ❖ Alimentación
- ❖ Ticket de tren
- ❖ Entrada a cascadas
- ❖ Visita a trapiche
- ❖ Guía

NO INCLUYE:

- ❖ Bebidas extras o alcohólicas
- ❖ Alquiler de motos, bicis o cuadrones
- ❖ Lo que no se especifica en el tour
- ❖ Propinas

4.2.2 PRECIO

El precio de cada uno de los paquetes ofrecidos varía según el destino, la estacionalidad y el evento a realizarse. En los paquetes Bodas y Despedidas de Solteros la empresa ha decidido manejar rangos de precios según la cantidad de gente que asista al evento. En cuanto a Lunas de Miel el precio es único.

El precio promedio de las bodas es de \$538.50 por persona, en los paquetes de Luna de Miel el valor promedio es de \$789,18 por persona y, finalmente, en el paquete Despedida de Soltero el precio promedio es de \$362,25 por persona.

Es importante recalcar que los precios de todos los paquetes están sujetos a cambios, especificados en las restricciones y en el contrato que el cliente firma para acceder a nuestro servicio. Las razones por las que puede originarse un cambio de precio son por estacionalidad, fechas que incluyan feriados, y demás puntos especificados en las políticas de reservación, pagos y cancelación.

4.2.3 PLAZA

En relación a la plaza, los clientes podrán comprar el producto directamente en la agencia de viajes que estará ubicada en la ciudad de Quito en el sector de la Mariscal. Otra estrategia que Bodas & Eventos en la Mitad del Mundo ha optado por acoger es la de colocar las alternativas de paquetes en su página web e instalar un botón de pagos para que el cliente tenga acceso inmediato a pagar por el servicio deseado.

4.2.4. PROMOCIÓN

La empresa ha decidido varias maneras de promocionarse.

MARCA EN AEROLÍNEAS:

Se planea tener publicidad en las páginas web de las aerolíneas que viajan a los destinos turísticos que ofrecemos. Con esto pretendemos ganar exposición y difundir la marca. También se pautará en in flight magazines para que pasajeros conozcan de la empresa.

PÁGINAS WEB:

Páginas que ofrecen turismo dentro del país como la página del Ministerio de Turismo.

REVISTAS:

Revistas especializadas en bodas como NOVIAS, COSAS, CARAS, CHIC en donde la empresa tendrá la exposición necesaria llegando directamente al mercado objetivo.

HOTELES:

En las páginas web de los hoteles con los cuales tenemos convenio y son parte de los proveedores, tener un link, en el que dando clic en el ícono de BODAS & EVENTOS, se direcciona al cliente a nuestra página. En la que se le dará la opción de ver a profundidad y detalle los paquetes y adquirir lo que desee por medio de un botón de pagos.

4.2.4.1 AGENCIAS TOUR OPERADORAS Y EMPRESAS TURÍSTICAS

Por medio de publicidad participando en ferias nacionales e internacionales como la FITE (Feria Internacional de Turismo en el Ecuador) y ser parte de ferias que organiza el Ministerio de Turismo, con el fin de posicionar el producto y atraer clientes potenciales interesados en comprar los paquetes de turismo de romance. Al igual que hacer auspicios para otras empresas, con el fin de posicionar el nombre de la empresa y dar a conocer los productos ofrecidos.

Se utilizarán dos tipos de marketing:

- ❖ Marketing Directo
- ❖ Marketing Indirecto

4.2.4.2 MARKETING DIRECTO

Es un sistema interactivo, que crea una relación individual con clientes actuales, utilizando los siguientes medios:

- ❖ Mailing: Es un mensaje que los clientes de la base de datos recibirán el momento que abran su mail. Por medio de este mensaje las personas sabrán sobre la empresa y los productos que vende la misma, el mensaje dice:

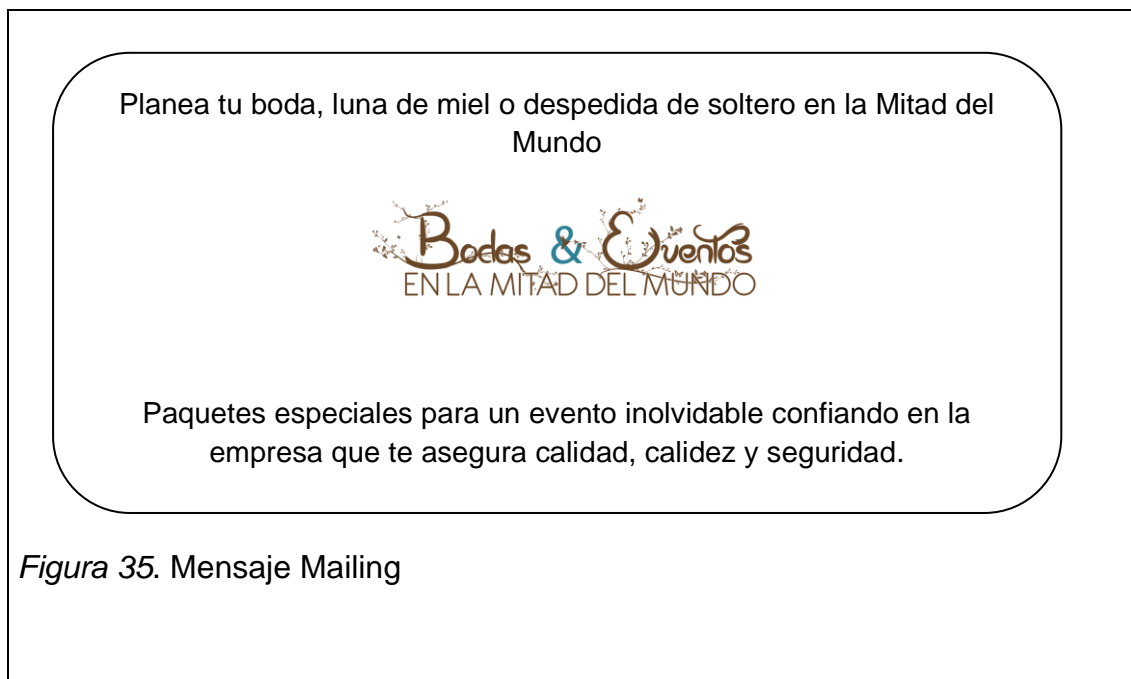
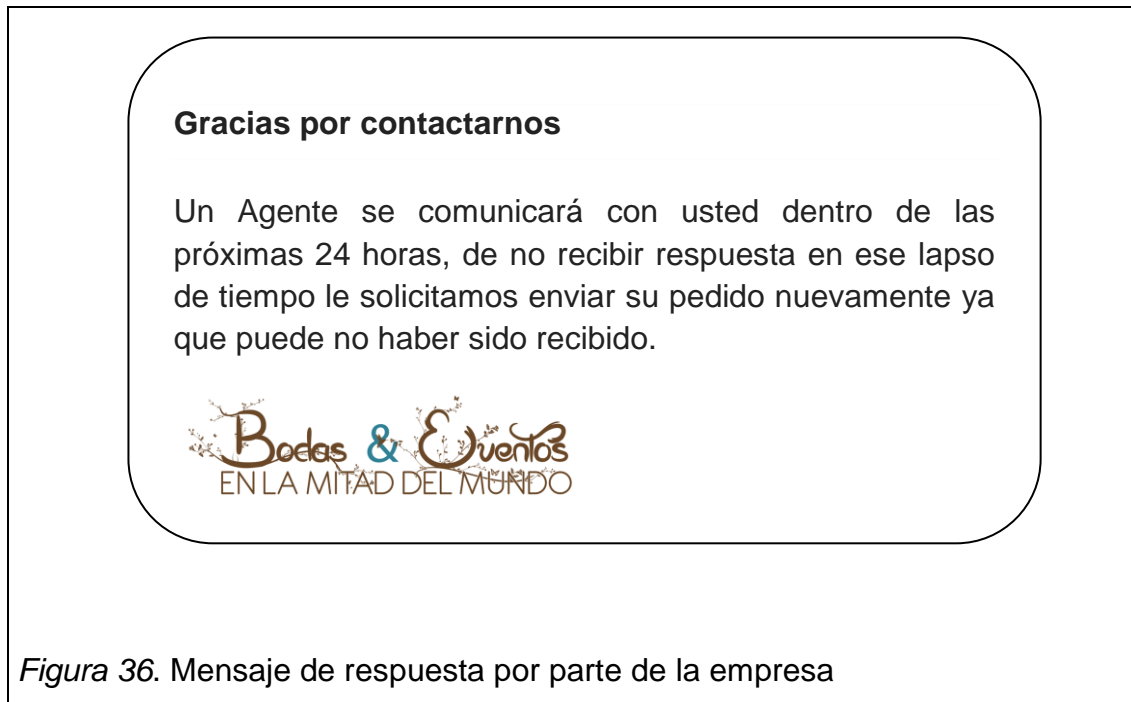


Figura 35. Mensaje Mailing

Una vez recibido los mensajes de los clientes, se enviará directamente un mensaje que dice:



- ❖ Telemarketing: Mediante un call center, se realizarán llamadas a una base de datos para dar a conocer sobre la empresa y los productos.
- ❖ Facebook
- ❖ Blog
- ❖ Empresas con relación al mundo de las bodas (diferentes proveedores)
- ❖ Venta directa al exterior y dentro del país
- ❖ Free-lance: se contratará una persona encargada de ir a diferentes ciudades del Ecuador para promocionar a la empresa y ofrecer los paquetes realizados para parejas y familias.

4.2.4.3 MARKETING INDIRECTO

Este tipo de marketing es útil para comercializar los productos al igual que se realizarán alianzas estratégicas a proveedores y a Agencias de Viajes.

Se lo realizará de la siguiente manera:

EMPRESAS PROVEEDORAS		COMPRADOR DEL PRODUCTO
(Nombre)	Fecha y Evento	

Figura 37. Tarjeta de Fidelización

El programa de fidelización para los proveedores, ellos tendrán esta tarjeta y por cada 5 clientes que vayan a la empresa en un periodo 3 meses, a nombre de los mismos proveedores, ellos recibirán una bonificación por evento comprado.

Por medio de la página web, se contabilizarán la cantidad de likes y una vez cada 3 meses los clientes y personas que visitan la página web tendrán la oportunidad de ganar 2 días y 1 noche en los hoteles y hosterías que trabajan con la empresa, según las políticas de la empresa.

La manera efectiva de mantener los proveedores es fidelizándolos por medio de alianzas estratégicas y convenios con el fin de mantener precios fijos.

Realizar publicidad en medios masivos y especializados

4.2.4.4 VENTAS

Es un conjunto de técnicas que se utilizan para alcanzar objetivos de la operadora.

Por lo que se recomienda las siguientes formas de promoción:

Tabla 32. Promoción de ventas

FAM TRIPS – clientes directos	PRESS TRIPS
Se realizará una vez al año (producto estrella realización de bodas)	Se realizará una vez al año
Se realizará con los proveedores y empresas interesadas en promocionar nuestros paquetes.	Se lo hará por medio de la prensa y también revistas conocidas de las ciudades principales. El comercio – revista La Familia Revista Novias Chic Revista Cosas Gatopardo El Universo Revista LAN Ecuador El Telégrafo

CANALES DE DISTRIBUCIÓN:**ALIANZA CON EMPRESA TOUR OPERADORA:**

Crear una alianza estratégica con agencias de viajes a nivel internacional y nacional las que ganarán una comisión por cada paquete. Esto tendrá un impacto mayor en el cliente extranjero, que acuden a su agencia de viajes local buscando un destino que cuente con Turismo de Romance.

A NIVEL NACIONAL

Se venderá por medio de la página web o de manera directa en las oficinas de la agencia de viajes mayoristas y minoristas

VENTA TELEFÓNICA:

Se puede vender el paquete por medio de una línea telefónica

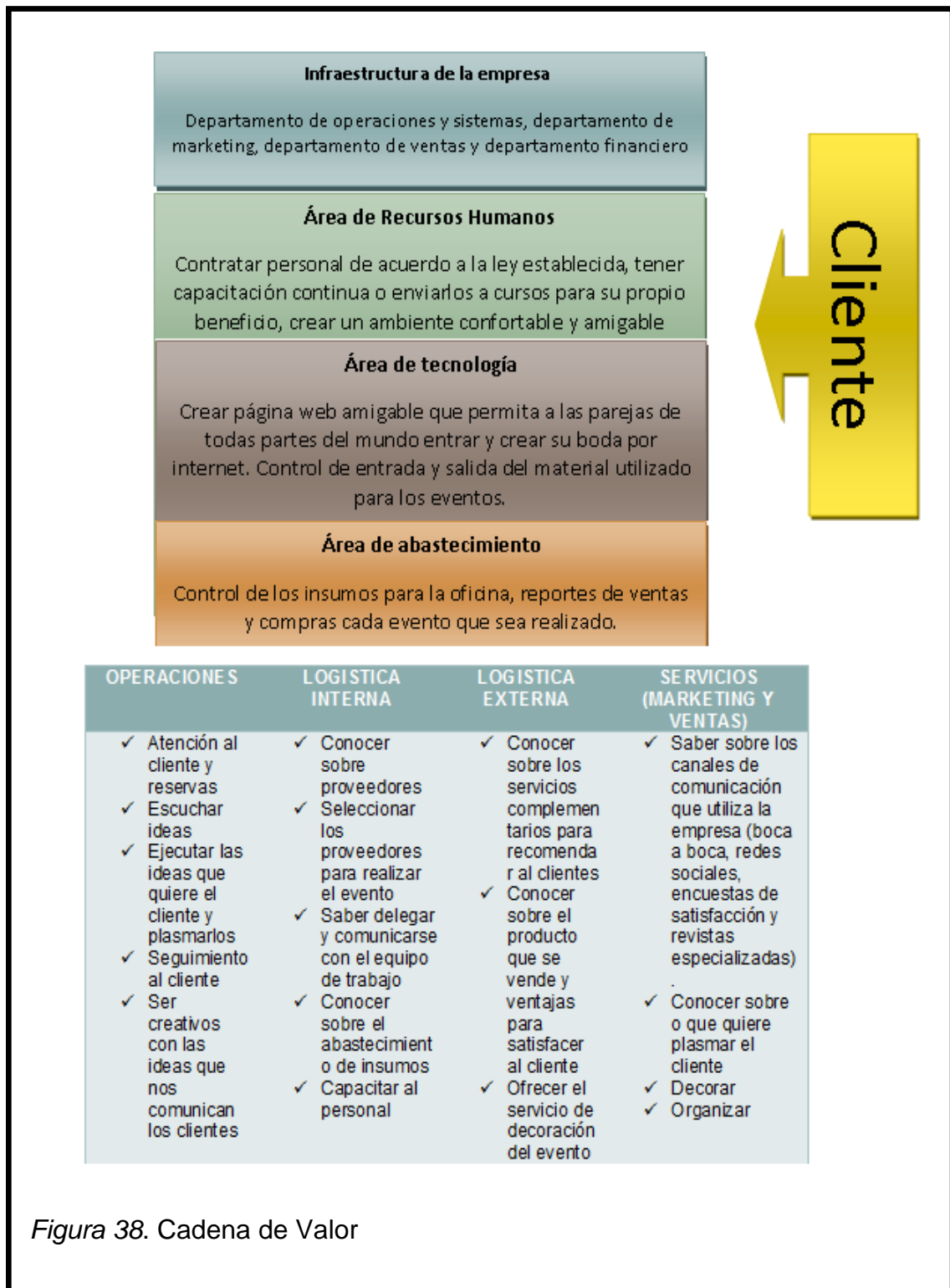
GDS (Global Distribution System):

Manejar Sabre o Amadeus con el fin de reservar tickets aéreos y congelar los precios de los mismos con tarifas corporativas. Este proceso genera una comisión para la empresa.

4.2.5 PROCESO

Se utilizara un proceso llamado cadena de valor detallando en qué consiste cada fase con la que cuenta la empresa.

4.2.5.1 CADENA DE VALOR



4.2.6 PRESENCIA FÍSICA

Dentro de la empresa existirán letreros que expliquen como deben saludar al cliente, atender al cliente y despedirse del mismo se creará hojas de procesos que faciliten a los empleados leerlas y dar un buen servicio al cliente.

La oficina debe estar limpia y debe tener desodorantes de olor, los escritorios deben tener ordenados y limpios al igual que los basureros y servicios higiénicos.

Deben existir carteles y señales visibles que oferten los productos o se vea lo que la agencia ofrece

La página web debe ser siempre actualizada si existen cambios y el blog debe ser atendido inmediatamente para que la coordinadora de eventos se encargue de responder a los clientes.

4.2.7 PRESENTACIÓN FÍSICA DE LA EMPRESA

4.2.7.1 LOGOTIPO



4.2.7.2 SLOGAN

En La Mitad del Mundo

4.2.7.3 PERSONAL

Buena presencia de vestimenta y físicamente del personal que trabajará en la oficina

Presentación física de la empresa:

Que cuenten con la ropa adecuada en el caso de ser mujeres tener pantalón largo o falda larga color negro y camisas o blusas sin escotes. Que cuenten con un tag a lado superior izquierdo con el nombre del encargado en contacto directo con el cliente. En el caso de ser hombres que usen camisa y pantalón de terno de colores oscuros. Sin aretes ni tatuajes visibles.

Cumplir con las funciones de cada colaborador

El personal debe tener objetivos individuales que se alinien a los objetivos de la compañía

Evaluar trimestralmente el avance de los objetivos

Capacitación anual de los procedimientos y mejoras que implementa la empresa (tema tributario, contable, realización de nuevos paquetes, promoción y nuevas normas)

Desarrollar fidelización de los empleados hacia la empresa

4.2.8 PRODUCTIVIDAD Y CALIDAD

Evaluar trimestralmente el avance de los objetivos en función a la cantidad de ventas realizadas en el segmento de turismo de romance

Es importante tomar en cuenta que por ser una empresa nueva se tienen condiciones de pago y de precio en caso de que existan problemas con las ventas dentro del mercado.

Las políticas de pago se las debe hacer ya que inicialmente para empezar a producir el evento y gestionarlo se debe tener efectivo para pago de proveedores y el inconveniente de esto es que se necesita pagar con el flujo de caja para que los proveedores tengan el producto listo y el evento se pueda realizar es por eso que la empresa pone su política de pago de esta manera:

Seis meses antes del evento tener definido la fecha del evento para buscar disponibilidad del lugar y de los proveedores, definir el lugar, la cantidad de personas aproximadas y entender que presupuesto tiene el cliente.

Cada dos meses se irán pagando las cuotas para cada evento, se dividirá en 4 cuotas de 25% cada una. Para reservar los materiales y tener contratados los proveedores, se les irá pagando igual en 4 cuotas del 25% cada una con el flujo de caja pagado por el cliente.

Parte del cumplimiento de parte de la empresa en tener todo listo para el día más esperado de los clientes y tener todo reservado para el evento. En caso de cualquier problema con proveedores o reservaciones en hoteles se programará de tal forma que exista tiempo para obtener soluciones o buscar otro proveedor.

Todos estas políticas de pago permiten cumplir con el producto, la calidad y servicio ofrecido por medio de la empresa cumpliendo al igual que asegurando la calidad. Una vez pagados los proveedores se puede seguir trabajando en todo lo del evento asegurando la realización de los mismos ya que se tiene dinero para trabajar, producir y cumplir con los objetivos de la empresa.

CAPÍTULO V. PLAN DE OPERACIONES.

5.1 UBICACIÓN GEOGRÁFICA

La ubicación de la oficinas es en la ciudad de Quito en el sector “La Mariscal” la dirección es en la Av. Colón y Foch entre la Av. Amazonas y 9 de Octubre ya que es un lugar comercial y transitado por los turistas.



Figura 40. Ubicación de la agencia de viajes

Adaptado de Google Maps

5.1.1 DIRECCIÓN:

La empresa se encuentra ubicada en el Ecuador en el Distrito Metropolitano de Quito teniendo como ventaja la oficina ubicada en un sector transitado la dirección es: Av. Colón 13-70 y Mariscal Foch ubicada en la capital del país.

5.1.2 ASPECTO LEGAL

Tipo de empresa constitución legal

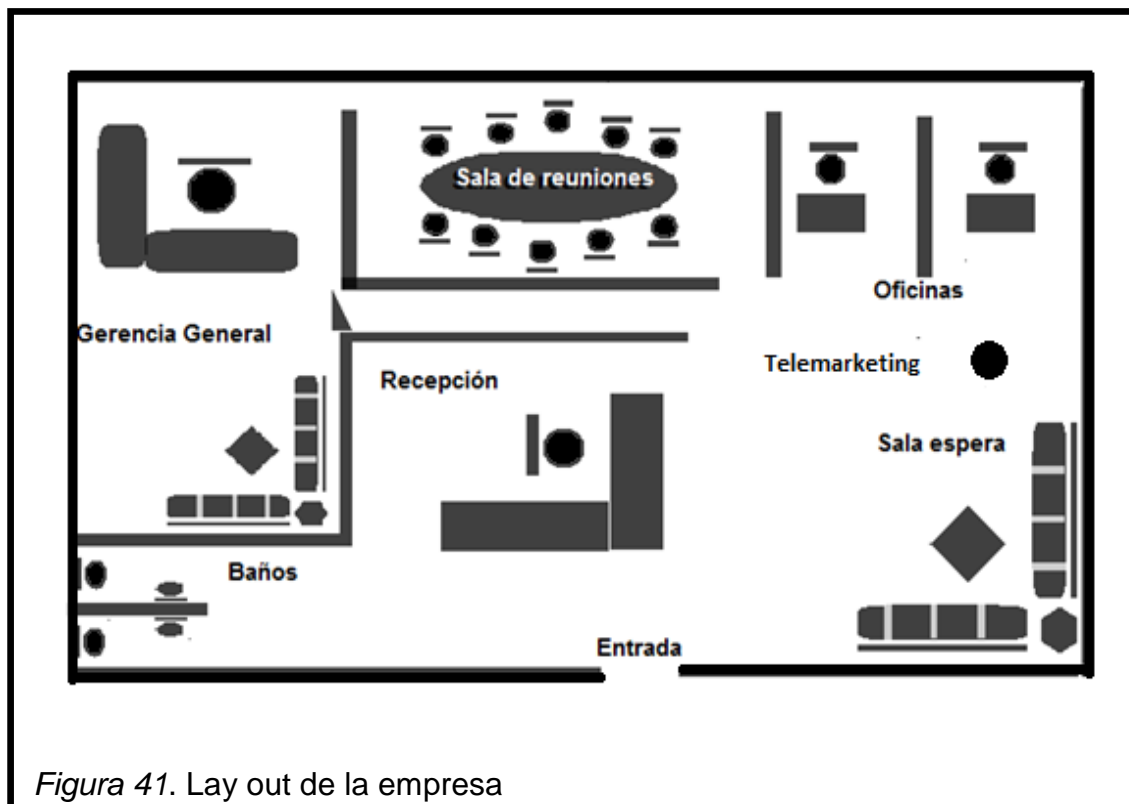
Para este proyecto, se procederá con el registro de la empresa como compañía limitada ante la Superintendencia de Compañías, para esto es necesario contar con un mínimo de 3 y un máximo de 15 socios o también conocidos como socios.

Para la inscripción de una compañía limitada, debe tomar el siguiente procedimiento:

- ❖ Reserva del nombre en la Superintendencia de Compañías. (duración 30 días).
- ❖ Apertura de una integración de capital. (en compañía limitada se requiere como mínimo un capital de US 400\$).
- ❖ En compañías de responsabilidad limitada el capital social se divide en participaciones.
- ❖ Publicación en un diario de alta circulación.
- ❖ Obtener patente municipal.
- ❖ Minuta de Constitución de la compañía, donde debe constar:
- ❖ Razón Social o Denominación Objetiva (nombre de la empresa).
- ❖ Domicilio.
- ❖ Objeto social (descripción de las actividades que se van a realizar en el mercado).
- ❖ Duración de la compañía (renovable).
- ❖ Capital Social (descripción de participaciones que realiza cada socio y los valores de cada participación).
- ❖ Junta General (puede ser de carácter ordinario, extraordinario o universal).
- ❖ Atribuciones y deberes de la Junta General.
- ❖ Especificación de quórum en las sesiones.
- ❖ Acta mediante la cual se nombre al Presidente, Gerente General, Administrador cualquier otro que cumpla el papel de Representante Legal de la compañía.
- ❖ Inscripción en el Registro Mercantil y otorgamiento de certificado con la nómina de socios y sus aportaciones.
- ❖ Obtener RUC ante el SRI.
- ❖ Información adicional sobre los aspectos legales de la empresa (anexo 1)

5.1.3 ASPECTO FÍSICO Y TECNOLÓGICO

5.1.3.1 ESTRUCTURA DE LA EMPRESA:



5.1.3.2 EQUIPAMIENTO

La Operadora de turismo requiere un local destinado para el funcionamiento, el mismo que debe ser de un área mínima de 30 mts² e independiente de otra actividad económica.

Cuenta con el siguiente equipamiento básico:

- ❖ Teléfono, destinado para actividades propias del tour operador
- ❖ Conexión a internet y correo electrónico vigente con dominio propio
- ❖ Fax
- ❖ Y otros que se describirán dentro del presupuesto

INTERIOR DE LA OFICINA:

Tiene un escritorio principal para la recepcionista, 7 oficinas donde se encuentra el personal de la empresa distribuido según su área de trabajo de los departamentos de marketing, finanzas, ventas, contabilidad, sistemas y el escritorio del gerente y administrador. Además hay una pequeña área de reuniones.

La estructura física es una oficina de 30mts 2 en donde la puerta tiene que ser de uso exclusivo para el ingreso de los clientes a las oficinas, tiene dos baños y diferentes escritorios para cada integrante de la empresa el mismo que cuenta cada uno con computadora, la recepción, cuenta con un área de reuniones, hay una bodega para guardar documentos y material de promoción.

5.1.4 SELECCIÓN Y EVALUACIÓN DE PROVEEDORES DE SERVICIOS

La tour operadora dual, asegura el procedimiento de la calidad del producto o servicio adquirido considerando:

- ❖ Identificación y verificación del cumplimiento de los requisitos legales de sus proveedores
- ❖ Experiencia de los proveedores
- ❖ Evaluación de los recursos, instalaciones y medios técnicos de los proveedores
- ❖ Comportamiento del proveedor con otros tour operadores

5.1.4.1 FLUJOGRAMA CLIENTE

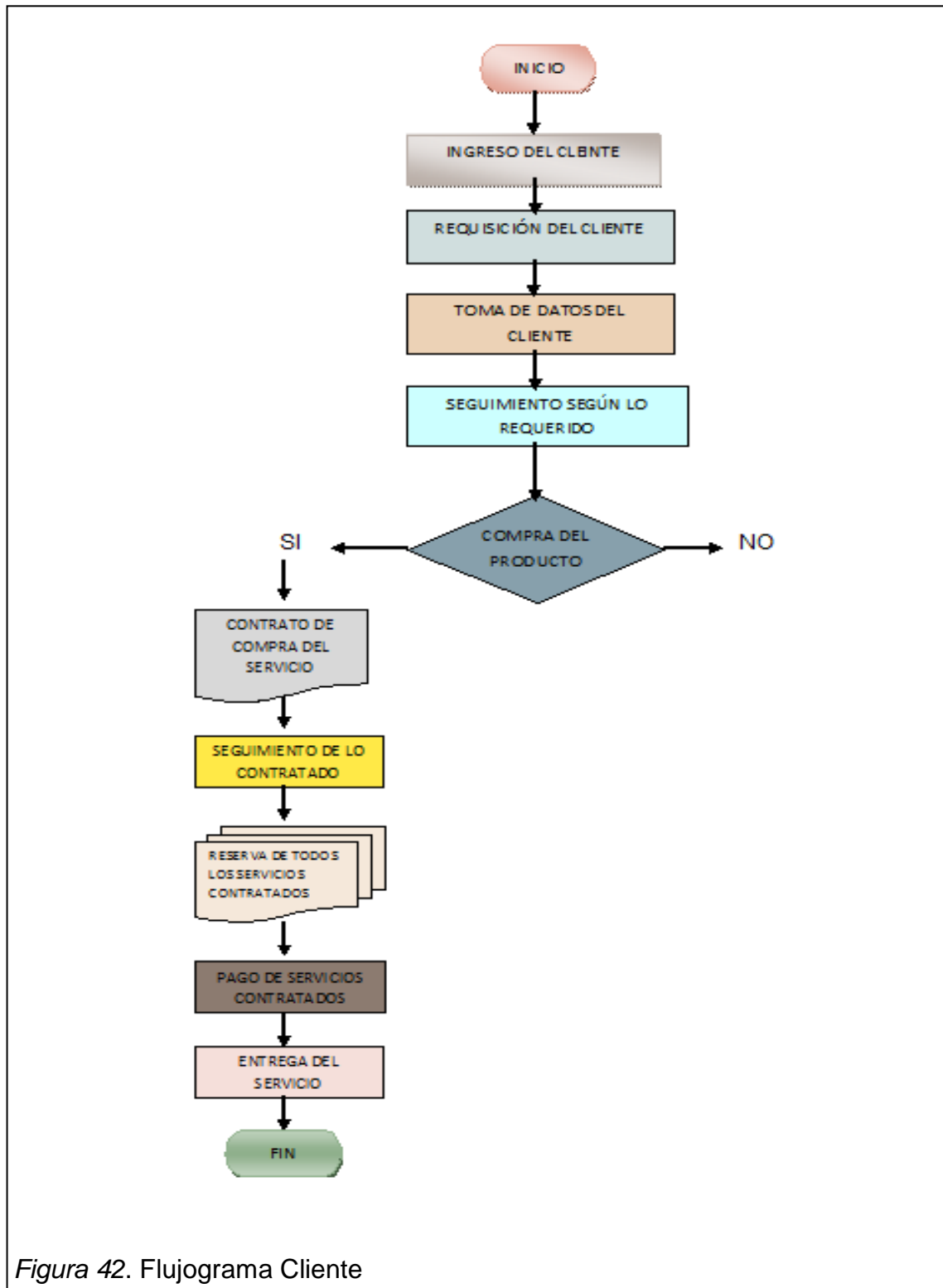


Figura 42. Flujograma Cliente

CAPÍTULO VI. ANÁLISIS FINANCIERO

Se realizó un desglose de los paquetes para obtener los precios y valores que se utilizaran en las tablas financieras para observar si el proyecto es factible realizarlo de acuerdo al análisis financiero.

6.1 TABLAS DE COSTEO DE LOS PAQUETES

Para realizar la tabla de costeo de todos los paquetes elaborados se utilizaron las páginas web para consultar los precios y también investigar cada lugar elegido para ver qué servicios adicionales y en base a eso crear los paquetes.

Ahora para costear cada paquete se desglosaron los servicios que ofrece la empresa. Sin embargo, se redondearon los precios de todos los paquetes. Y se realizó una media para obtener el precio de cada paquete según el tipo de eventos.

Se realizó una tabla para definir la comisión que obtendrán las empresas mayoristas y minoristas en relación a la venta por cada paquete.

Los extranjeros no pagan iva en caso de que adquieran este servicio todo incluido.

Los paquetes están desglosados por tipo de servicio contratado

6.1.1 TABLAS DE COSTEO DE LOS PAQUETES BODAS

Los destinos son los siguientes:

Tabla 33. Destinos

PROVINCIA	ESTABLECIMIENTOS	PREMIUM	ESTANDÁR
IMBABURA	HACIENDA CHORLAVÍ	607.04\$	
COTOPAXI	HACIENDA LA CIÉNEGA		599.20\$

Tabla 34. Paquete N° 1

BODA HACIENDA CHORLAVÍ

PAQUETE BODA DE TUS SUEÑOS

EVENTO MÍNIMO PARA 30 PAX (*REVISAR POLÍTICAS Y RESTRICCIONES)

INCLUYE:

	SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	NOVIOS E INVITADOS
CEREMONIA	SERVICIO DE PELUQUERÍA			
ALMUERZO CEREMONIA	ALMUERZO CEREMONIA + DEGUSTACIÓN + RECUERDOS	30	\$ 22,00	\$ 660,00
DECORACIÓN EVENTO	DESCORCHE BEBIDAS	18	\$ 6,50	\$ 117,00
TRANSPORTE DE TODO EL PAQUETE	TRANFERS A QUITO- HACIENDA CHORLAVI-QUITO	1	\$ 140,00	\$ 5,00
ARREGLOS	ARREGLOS PILETA Y JUEGOS PIROTÉCNICOS	1	\$ 145,00	\$ 145,00
	RECUERDOS DE BODAS + FOTÓGRAFO +VIDEO	1	\$ 160,00	\$ 160,00
	ARREGLOS CENTRO DE MESA + MESA DE DULCES Y TORTA	1	\$ 130,00	\$ 130,00
SACERDOTE	SACERDOTE	1	\$ 100,00	\$ 100,00
MÚSICA	DJ + HORA LOCA	1	\$ 160,00	\$ 160,00
	DANZA OTAVALEÑA	1	\$ 150,00	\$ 150,00
MENAJE	SILLAS, MANTELERÍA, CARPAS, LÁMPARAS	1	\$ 380,00	\$ 380,00
TOTAL DÍA DEL EVENTO PAGO NOVIOS *PLAN NOVIOS BODA DE TUS SUEÑOS				\$ 2.007,00

ALOJAMIENTO:

	VALOR POR NOCHE HAB	VALOR UNITARIO POR NOCHE	DIA 1	DIA 2	DIA 3 (1 NOCHE CORTESÍA NOVIOS)	DIA 4	DIA 5
ALOJAMIENTO							
UIO-HOTEL BEST WESTERN PLAZA CASINO	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 1.500,00				
HACIENDA CHORLAVI- (NOVIOS E INVITADOS)	\$ 110,00	\$ 55,00		\$ 1.650,00			
HACIENDA CHORLAVI- (NOVIOS E INVITADOS)	\$ 110,00	\$ 55,00			\$ 1.540,00		
HACIENDA CHORLAVI- (NOVIOS E INVITADOS)	\$ 110,00	\$ 55,00				\$ 1.650,00	
HACIENDA CHORLAVI- (NOVIOS E INVITADOS)							DESAYUNO INCLUIDO
VALOR TOTAL EN ALOJAMIENTO POR 30 PAX							\$ 6.340,00
PRECIO POR PAX							\$ 211,33

TOUR:

	VALOR UNITARIO DEL TOUR POR PAX	PAX	TOTAL
5 DÍAS/ 4 NOCHES (TOURS EN LOS ANDES NORTE- VISITA POBLADOS- CIUDADES)	\$ 150,00	30	\$ 4.500,00

DETALLE DE TODO LO QUE INCLUYE:

	VALOR UNITARIO SIN IVA	NOVIOS	INVITADOS SIN VALOR CEREMONIA
SERVICIOS CEREMONIA + MASAJE CORTESÍA	\$ 1.003,50	\$ 2.007,00	
ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN	\$ 211,33	\$ 422,67	\$ 211,33
TOUR + TRANSPORTE	\$ 150,00	\$ 300,00	\$ 150,00
COMISIONES			\$ 72,27
TOTAL A PAGAR NOVIOS	\$ 1.364,83	\$ 2.730	
TOTAL POR PAX INVITADOS			\$ 361,33
COSTO TOTAL			\$ 433,60

COSTEO DEL PAQUETE:

TOTAL COSTOS	\$ 433,60
UTILIDAD 25%	\$ 108,40
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 542,00
PVP SUGERIDO	\$ 542,00
IVA	\$ 65,04
CON IVA	\$ 607,04
VALOR TOTAL POR PAX	\$ 607,04
VALOR CALCULADO POR 28 PAX	\$ 16.997,12
VALOR PLAN NOVIOS + INVITADOS	\$ 19.727

RANGOS DE PRECIOS POR PERSONA, SI NO SE COMPLETA CON EL MÍNIMO DE 30 PAX:

VALOR A PAGAR ENTRE 10-14 PAX	\$	750,00
VALOR A PAGAR ENTRE 15-21	\$	680,00
VALOR A PAGAR ENTRE 22-30	\$	607,04

COMISIONES: AGENCIAS MAYORISTAS Y MINORISTAS.

1. BODA HACIENDA CHORLAVI				
		25%		
PVP CLIENTE	SUBTOTAL	UTILIDAD NACIONALES	SUMA IVA + UTILIDAD EXTRAN	UTILIDAD EXTRANJEROS
\$ 607,04	433,60	108,40	161,20	37,18
	PORCENTAJE			
AAV MAYORISTAS	20% IVA		COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
433,60	86,72	10,41	97,13	11,27
	PORCENTAJE			
AAV MINORISTAS / INTERMEDIARIOS	15% IVA		COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
433,60	65,04	7,80	72,84	35,56

Tabla 35. Paquete N° 2

BODA HACIENDA LA CIÉNEGA

PAQUETE BODA ANDINA

EVENTO MÍNIMO PARA 30 PAX (*REVISAR POLÍTICAS Y RESTRICCIONES)

INCLUYE:

	SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	NOVIOS E INVITADOS
CEREMONIA				
ALMUERZO CEREMONIA	ALMUERZO CEREMONIA + DEGUSTACIÓN + RECUERDOS	30	\$ 24,00	\$ 720,00
DECORACIÓN EVENTO	DESCORCHE BEBIDAS	20	\$ 8,00	\$ 160,00
TRANSPORTE DE TODO EL PAQUETE	QUITO-HACIENDA CHORLAVI-	1	\$ 150,00	\$ 5,00
ARREGLOS	ARREGLOS ENTRADA	1	\$ 180,00	\$ 180,00
	ARREGLOS MITAD	1	\$ 110,00	\$ 110,00
	ARREGLO IGLESIA	1	\$ 135,00	\$ 135,00
	CÉNTRON DE MESA	4	\$ 23,00	\$ 92,00
SACERDOTE	SACERDOTE	1	\$ 100,00	\$ 100,00
MÚSICA	DJ + HORA LOCA	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	DANZA SALASACA	1	\$ 150,00	\$ 150,00
ENTRADA PRINCIPAL	CARROZA PARA INGRESAR A LA IGLESIA	1	\$ 120,00	\$ 120,00
	PIROTÉCNICO S + RECUERDOS BODA	1	\$ 120,00	\$ 120,00
MENAJE	MANTELERÍA,C ARPAS, LÁMPARAS	1	\$ 456,00	\$ 456,00
TOTAL DÍA DEL EVENTO PAGO NOVIOS				\$ 2.498,00

	SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	NOVIOS E INVITADOS
CEREMONIA				
ALMUERZO CEREMONIA	ALMUERZO CEREMONIA + DEGUSTACIÓN + RECUERDOS	30	\$ 24,00	\$ 720,00
DECORACIÓN EVENTO	DESCORCHE BEBIDAS	20	\$ 8,00	\$ 160,00
TRANSPORTE DE TODO EL PAQUETE	TRANFERS A QUITO-HACIENDA	1	\$ 150,00	\$ 5,00
ARREGLOS	ARREGLOS ENTRADA	1	\$ 180,00	\$ 180,00
	ARREGLOS MITAD	1	\$ 110,00	\$ 110,00
	ARREGLO IGLESIA	1	\$ 135,00	\$ 135,00
	ARREGLOS CENTRO DE MESA	4	\$ 23,00	\$ 92,00
SACERDOTE	SACERDOTE	1	\$ 100,00	\$ 100,00
MÚSICA	DJ + HORA LOCA	1	\$ 150,00	\$ 150,00
	DANZA SALASACA	1	\$ 150,00	\$ 150,00
ENTRADA PRINCIPAL	ENTRADA EN CARROZA PARA INGRESAR A LA IGLESIA	1	\$ 120,00	\$ 120,00
	JUEGOS PIROTÉCNICOS + RECUERDOS BODA	1	\$ 120,00	\$ 120,00
MENAJE	SILLAS, MANTELERÍA, CARPAS, LÁMPARAS	1	\$ 456,00	\$ 456,00
TOTAL DÍA DEL EVENTO PAGO NOVIOS				\$ 2.498,00

ALOJAMIENTO:

	VALOR POR NOCHE HAB DOBLE	VALOR UNITARIO POR NOCHE POR PAX	DIA 1	DIA 2	DIA 3 (1 NOCHE CORTESÍA NOVIOS)	DIA 4	DIA 5
ALOJAMIENTO							
UIO-HOTEL BEST WESTERN PLAZA CASINO	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 1.500,00				
HACIENDA LA CIÉNEGA-(NOVIOS E INVITADOS)	\$ 100,00	\$ 50,00		\$ 1.500,00			
HACIENDA LA CIÉNEGA-(NOVIOS E INVITADOS)	\$ 100,00	\$ 50,00			\$ 1.400,00		
HACIENDA LA CIÉNEGA-(NOVIOS E INVITADOS)	\$ 100,00	\$ 50,00				\$ 1.500,00	
HACIENDA CIÉNEGA-(NOVIOS E INVITADOS)							DESAYUNO INCLUIDO
VALOR TOTAL EN ALOJAMIENTO POR 30 PAX							\$ 5.900,00
PRECIO POR PAX							\$ 196,67

TOUR:

	VALOR UNITARIO DEL TOUR POR PAX	PAX	TOTAL
TOUR INCLUIDO 5 DÍAS/ 4 NOCHES (TOURS INCLUIDOS-VISITA POBLADOS Y PARADAS EN LAS CIUDADES)	\$ 160,00	30	\$ 4.800,00

DETALLE DE TODO EL EVENTO:

	VALOR UNITARIO	NOVIOS	INVITADOS
SERVICIOS			
CEREMONIA	\$ 1.249,00	\$ 2.498,00	
ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN	\$ 196,67	\$ 393,33	\$ 196,67
TOUR	\$ 160,00	\$ 320,00	\$ 160,00
COMISIONES			\$ 71,33
TOTAL A PAGAR NOVIOS	\$ 1.605,67	\$ 3.211	
TOTAL POR PAX INVITADOS			\$ 356,67
COSTO TOTAL			\$ 428,00

COSTEO DEL PAQUETE:

TOTAL COSTOS	\$ 428,00
UTILIDAD 25%	\$ 107,00
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 535,00
PVP SUGERIDO	\$ 535,00
IVA	\$ 64,20
CON IVA	\$ 599,20
VALOR TOTAL POR PAX	\$ 599,20
VALOR CALCULADO POR 30 PAX	\$ 16.777,60
VALOR PLAN NOVIOS + INVITADOS	\$ 19.989

RANGO DEL PRECIO POR PERSONA SI NO COMPLETA CON EL MÍNIMO DE 30 PAX:

VALOR A PAGAR ENTRE 10-14 PAX	\$ 720,00
VALOR A PAGAR ENTRE 15-21	\$ 660,00
VALOR A PAGAR ENTRE 22-30 PAX	\$ 599,20

COMISIONES: MAYORISTAS Y MINORISTAS.

2. BODA HACIENDA LA CIÉNEGA				
		25%		
PVP CLIENTE	SUBTOTAL	UTILIDAD NACIONALES	SUMA IVA + UTILIDAD EXTRAN	UTILIDAD EXTRANJEROS
599,2	428	107,00	173,00	40,42
	PORCENTAJE			
AAV MAYORISTAS	20% IVA		COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
428	85,60	10,27	95,87	11,13
	PORCENTAJE			
AAV MINORISTAS / INTERMEDIARIOS	15% IVA		COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
428	64,20	7,70	71,90	35,10

6.1.2 TABLA DE COSTEO DE LOS PAQUETES LUNAS DE MIEL

Tabla 34. Destinos

PROVINCIA	ESTABLECIMIENTOS	PREMIUM	ESTANDÁR
ZONA INSULAR GALÁPAGOS	HOTEL ALBEMARLE GALÁPAGOS	1.047.31\$	
BAÑOS	LUNA RUNTUN		720.48\$

TABLA 35. PAQUETE N°1

INCLUYE:

	SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	NOVIOS
ARREGLOS	ARREGLOS FLORALES EN LA HABITACIÓN	1	\$ 22,00	\$ 44,00
MASAJE	MASAJE RELAJANTE 60 MIN	1	\$ 38,00	\$ 76,00
CENA PRIVADA	CENA PRIVADA + BOTELLA DE VINO	1	\$ 23,00	\$ 46,00
TOTAL A PAGAR POR PAX				\$ 83,00
TOTAL A PAGAR PAREJA				\$ 166,00

ALOJAMIENTO:

	VALOR POR NOCHE HAB DOBLE	VALOR UNITARIO POR NOCHE POR PAX	DIA 1	DIA 2	DIA 3 (1 NOCHE CORTESÍA NOVIOS)	DIA 4	DIA 5
ALOJAMIENTO							
UIO-GPS HOTEL PELICAN BAY SANTA CRUZ	\$ 125,00	\$ 62,50	\$ 125,00				
ALBERMARLE HOTEL	\$ 150,00	\$ 75,00		\$ 150,00			
ALBERMARLE HOTEL	\$ 150,00	\$ 75,00			\$ 150,00		
HOTEL EL BAMBÚ GALÁPAGOS INN	\$ 150,00	\$ 75,00				\$ 150,00	
HOTEL EL BAMBÚ GALÁPAGOS INN							DESAYUNO INCLUIDO
VALOR TOTAL EN ALOJAMIENTO POR 2 PAX							\$ 575,00
PRECIO POR PAX							\$ 287,50

TOUR:

	VALOR UNITARIO DEL TO	PAX	TOTAL
TOUR INCLUIDO 5 DÍAS/ 4 NOCHES 3 ISLAS	\$ 220,00	2	\$ 440,00
AÉREO UIO-GPS (IDA Y VUELTA) EXTRANJEROS	\$ 490,00	2	\$ 980,00
PASAJE AÉREO UIO-GPS (IDA Y VUELTA)	\$ 350,00	2	\$ 700,00

DETALLE DE TODO LO QUE INCLUYE EL PAQUETE:

NACIONALES	VALOR UNITARIO	NOVIOS
SERVICIOS		
SERVICIOS LUNA DE MIEL	\$ 83,00	\$ 166,00
ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN	\$ 287,50	\$ 575,00
ENTRADA A GPS + TARJETA DE TURISMO	\$ 60,00	\$ 120,00
PASAJE UIO-GPS-UIO	\$ 350,00	\$ 700,00
TOUR	\$ 220,00	\$ 440,00
COMISIONES		\$ 97,58
TOTAL A PAGAR NOVIOS SIN PASAJE A GALÁPAGOS	\$ 650,50	\$ 1.301,00
COSTO TOTAL	\$ 748,08	\$ 1.496,15
TOTAL A PAGAR CON PASAJE	\$ 1.000,50	\$ 2.001,00

EXTRANJEROS	VALOR UNITARIO	NOVIOS
SERVICIOS		
SERVICIOS LUNA DE MIEL	\$ 83,00	\$ 166,00
ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN	\$ 287,50	\$ 575,00
ENTRADA A GPS + TARJETA DE TURISMO	\$ 110,00	\$ 220,00
PASAJE UIO-GPS-UIO	\$ 490,00	\$ 980,00
TOUR	\$ 220,00	\$ 440,00
COMISIONES		\$ 140,10
TOTAL A PAGAR NOVIOS SIN PASAJE A GALÁPAGOS	\$ 700,50	\$ 1.401,00
COSTO TOTAL	\$ 840,60	\$ 1.681,20
TOTAL A PAGAR CON PASAJE	\$ 1.190,50	\$ 2.381,00

COSTEO DEL PAQUETE:

COSTEO DEL PAQUETE EXTRANJEROS	
COSTO TOTAL	\$ 840,60
UTILIDAD 25%	\$ 210,15
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 1.050,75
PVP SUGERIDO	\$ 1.050,75
IVA	\$ 126,09
CON IVA	\$ 1.176,84
VALOR TOTAL POR PAX	\$ 1.176,84
VALOR A PAGAR + TKT AÉREO	\$ 1.666,84
VALOR CALCULADO POR 2 PAX	\$ 2.353,68

COSTEO DEL PAQUETE NACIONALES	
COSTO TOTAL	\$ 748,08
UTILIDAD 25%	\$ 187,02
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 935,09
PVP SUGERIDO	\$ 935,09
IVA	\$ 112,21
CON IVA	\$ 1.047,31
VALOR TOTAL POR PAX	\$ 1.047,31
VALOR A PAGAR + TKT AÉREO	\$ 1.397,31
VALOR CALCULADO POR 2 PAX	\$ 2.094,61

COMISIONES: MAYORISTAS Y MINORISTAS.

1. HOTEL ALBERMARLE GALÁPAGOS ISLA ISABELA				
		25%		
PVP CLIENTE	SUBTOTAL	UTILIDAD NACIONALES	SUMA IVA + UTILIDAD EXTRAN	UTILIDAD EXTRANJEROS
1047,31	748,1	187,02	212,82	28,4
	PORCENTAJE			
AAV MAYORISTAS	20%	IVA	COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
748,08	149,616	17,95	167,57	19,45
	PORCENTAJE			
AAV MINORISTAS / INTERMEDIARIOS	15%	IVA	COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
748,08	112,212	13,47	125,68	61,34

TABLA 36. N° 2 PAQUETE

INCLUYE:

	SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	NOVIOS
ARREGLOS	ARREGLOS FLORALES EN LA HABITACIÓN	1	\$ 25,00	\$ 50,00
MASAJE	MASAJE RELAJANTE 60 MIN	1	\$ 40,00	\$ 80,00
CENA PRIVADA	CENA PRIVADA + BOTELLA DE VINO	1	\$ 30,00	\$ 60,00
PASEO EN CHIVAY ALREDEDORES	PASEOS	2	\$ 15,00	\$ 30,00
TOTAL A PAGAR POR PAX				\$ 110,00
TOTAL A PAGAR PAREJA				\$ 220,00

ALOJAMIENTO:

	VALOR POR NOCHE HAB DOBLE	VALOR UNITARIO POR NOCHE POR PAX	DIA 1	DIA 2	DIA 3 (1 NOCHE CORTESÍA NOVIOS)	DIA 4	DIA 5
ALOJAMIENTO							
UIO-HOTEL BEST WESTERN PLAZA CASINO	\$ 100,00	\$ 50,00	\$ 100,00				
LUNARUNTÚN	\$ 125,00	\$ 62,50		\$ 125,00			
LUNARUNTÚN	\$ 125,00	\$ 62,50			\$ 125,00		
LUNARUNTÚN	\$ 125,00	\$ 62,50				\$ 125,00	
LUNARUNTÚN							DESAYUNO INCLUIDO
VALOR TOTAL EN ALOJAMIENTO POR 2 PAX							\$ 475,00
PRECIO POR PAX							\$ 237,50

TOUR:

	VALOR UNITARIO DEL	PAX	TOTAL
TOUR INCLUIDO 5 DÍAS/ 4 NOCHES	\$ 100,00	2	\$ 200,00

DETALLE DE TODO LO QUE INCLUYE EL EVENTO:

	VALOR UNITARIO	NOVIOS
SERVICIOS		
SERVICIOS LUNA DE MIEL ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN	\$ 110,00	\$ 220,00
TOUR	\$ 237,50	\$ 475,00
COMISIONES	\$ 100,00	\$ 200,00
		\$ 67,13
TOTAL A PAGAR NOVIOS	\$ 447,50	\$ 895,00
COSTO TOTAL		\$ 514,63

COSTEO DEL PAQUETE:

SUBTOTAL	\$ 514,63
UTILIDAD 25%	\$ 128,66
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 643,28
PVP SUGERIDO	\$ 643,28
IVA	\$ 77,19
CON IVA	\$ 720,48
VALOR TOTAL POR PAX	\$ 720,48
VALOR CALCULADO POR 2 PAX	\$ 1.440,95

COMISIONES: AGENCIAS MAYORISTAS Y MINORISTAS.

2. LUNA DE MIEL HOTEL SPA LUNA RUNTUN				
		25%		
PVP CLIENTE	SUBTOTAL	UTILIDAD NACIONALES	SUMA IVA + UTILIDAD EXTRAN	UTILIDAD EXTRANJEROS
720,48	514,64	128,66	159,9	31,1
	PORCENTAJE			
AAV MAYORISTAS	20%	IVA	COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
514,64	102,928	12,35	115,28	13,38
	PORCENTAJE			
AAV MINORISTAS / INTERMEDIARIOS	15%	IVA	COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
514,64	77,196	9,26	86,46	42,20

6.1.3 TABLA DE COSTEO DE LOS PAQUETES DESPEDIDA DE SOLTEROS

Tabla 46. Destinos

Lugares Elegidos

PROVINCIA	ESTABLECIMIENTOS	PREMIUM	ESTANDÁR
MANTA-MANABÍ	HOTEL ORO VERDE	412,44\$	
SANTA ELENA-SALINAS	HOTEL BARCELÓ MIRA MAR		399\$

Tabla 47. N° PAQUETE 1

INCLUYE:

	SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	INVITADOS
BARRAS LIBRE 2 NOCHES	BARRA LIBRE DISCOTECAS	8	\$ 20,00	\$ 160,00
CENA EN MARTINICA	CENA ESPECIAL Y HORA LOCA	8	\$ 18,00	\$ 144,00
LIMOSINA	BOTELLA DE CHAMPAGNE	8	\$ 15,00	\$ 120,00
SHOW BALARINAS O TODO PARA HORA LOCA A ESCOGER	SHOW	1	80	\$ 120,00
TOTAL A PAGAR POR PAX				\$ 68,00
TOTAL A PAGAR 8 INVITADOS				\$ 544,00

ALOJAMIENTO:

	VALOR POR NOCHE HAB DOBLE	VALOR UNITARIO POR NOCHE POR PAX	DIA 1	DIA 2 - 1 CENA	DIA 3	DIA 4	DIA 5
ALOJAMIENTO							
ORO VERDE MANTA	\$ 115,00	\$ 57,50	\$ 115,00				
ORO VERDE MANTA	\$ 115,00	\$ 57,50		\$ 115,00			
ORO VERDE MANTA					DESAYUNO		
VALOR TOTAL EN ALOJAMIENTO POR 8 PAX							\$ 230,00
PRECIO POR PAX							\$ 57,50

TOUR:

	VALOR UNITARIO DEL	PAX	TOTAL
TOUR INCLUIDO 3 DÍAS/ 2 NOCHES	\$ 120,00	8	\$ 960,00
PASAJE AÉREO UIO-MANTA (IDA Y VUELTA)	\$ 130,00	8	\$ 1.040,00

DETALLE DE TODO LO QUE INCLUYE EN EL EVENTO:

	VALOR UNITARIO	INVITADOS
SERVICIOS		
SERVICIOS LUNA DE MIEL	\$ 68,00	\$ 544,00
ALOJAMIENTO Y ALIMENTACIÓN	\$ 57,50	\$ 115,00
TOUR	\$ 120,00	\$ 240,00
COMISIONES		\$ 49,10
TOTAL A PAGAR INVITADOS	\$ 245,50	\$ 899,00
COSTO TOTAL		\$ 294,60

COSTEO DEL PAQUETE:

COSTO TOTAL	\$ 294,60
UTILIDAD 25%	\$ 73,65
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 368,25
PVP SUGERIDO	\$ 368,25
IVA	\$ 44,19
CON IVA	\$ 412,44
VALOR TOTAL POR PAX	\$ 412,44
VALOR CALCULADO POR 8 PAX	\$ 3.299,52
VALOR TOTAL CON PASAJE POR PAX	\$ 412,44

RANGOS DE PRECIOS SI NO SE COMPLETA CON EL MÍNIMO DE 30 PAX:

VALOR A PAGAR ENTRE 1-4 PAX	\$ 500,00
VALOR A PAGAR ENTRE 5-8	\$ 412,44

COMISIONES: AGENCIAS MAYORISTAS Y MINORISTAS.

1.DESPEDIDA HOTEL ORO VERDE MANTA				
		25%		
PVP CLIENTE	SUBTOTAL	UTILIDAD NACIONALLES	SUMA IVA + UTILIDAD EXTRAN	UTILIDAD EXTRANJEROS
412,44	294,6	73,65	173,3	58,8
	PORCENTAJE			
AAVV MAYORISTAS	20%	IVA	COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
294,6	58,92	7,07	65,99	7,66
	PORCENTAJE			
AAVV MINORISTAS / INTERMEDIARIOS	15%	IVA	COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
294,6	44,19	5,30	49,49	24,16

Tabla 48. PAQUETE N°2

INCLUYE:

	SERVICIO	CANTIDAD	VALOR UNITARIO	INVITADOS
BARRAS LIBRE 2 NOCHES	BARRA LIBRE DISCOTECAS	8	\$ 25,00	\$ 200,00
LIMOSINA	BOTELLA DE CHAMPAGNE	8	\$ 15,00	\$ 120,00
SHOW BALARINAS O TOD PARA HORA LOCA A ESCOGER	SHOW	1	100	\$ 120,00
TOTAL A PAGAR POR PAX				\$ 55,00
TOTAL A PAGAR 8 INVITADOS				\$ 440,00

ALOJAMIENTO:

	VALOR POR NOCHE HAB DOBLE	VALOR UNITARIO POR NOCHE POR PAX	DIA 1	DIA 2 - INCLUYE CENA	DIA 3	DIA 4	DIA 5
ALOJAMIENTO HOTEL BARCELÓ MIRA MAR	\$ 125,00	\$ 62,50	\$ 125,00				
HOTEL BARCELÓ MIRA MAR	\$ 125,00	\$ 62,50		\$ 125,00			
HOTEL BARCELÓ MIRA MAR	\$ 125,00	\$ 62,50			\$ 125,00		
VALOR TOTAL EN ALOJAMIENTO POR 8 PAX							\$ 375,00
PRECIO POR PAX							\$ 62,50

TOUR:

	VALOR UNITARIO DEL TOUR POR PAX	PAX	TOTAL
TOUR INCLUIDO 3 DÍAS/ 2 NOCHES	\$ 120,00	8	\$ 960,00
PASAJE AÉREO UIO-GUAYAQUIL (IDA Y VUELTA)	\$ 130,00	8	\$ 1.040,00

DETALLE DE TODO LO QUE INLCUYE EL EVENTO:

	VALOR UNITARIO	INVITADOS
SERVICIOS		
SERVICIOS LUNA DE MIEL	\$ 55,00	\$ 440,00
ALOJAMIENT O Y ALIMENTACIÓ N	\$ 62,50	\$ 125,00
TOUR	\$ 120,00	\$ 240,00
COMISIONES		\$ 47,50
TOTAL A PAGAR INVITADOS	\$ 237,50	\$ 805,00
COSTO TOTAL		\$ 285,00

COSTEO DEL PAQUETE:

COSTO TOTAL	\$ 285,00
UTILIDAD 25%	\$ 71,25
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 356,25
PVP SUGERIDO	\$ 356,25
IVA	\$ 42,75
CON IVA	\$ 399,00
VALOR TOTAL POR PAX	\$ 399,00
VALOR CALCULADO POR 8 PAX	\$ 3.192,00
VALOR CON PASAJE INCLUIDO	\$ 529,00

RANGOS DE PRECIOS POR PERSONA SI NO COMPLETA EL MÍNIMO DE 30 PAX

VALOR A PAGAR ENTRE 1-4 PAX	\$ 460,00
VALOR A PAGAR ENTRE 5-8	\$ 399,00

COMISIONES: AGENCIAS MAYORISTAS Y MINORISTAS.

2.HOTEL BARCELÓ MIRA MAR SALINAS				
		25%		
PVP CLIENTE	SUBTOTAL	UTILIDAD NACIONALES	SUMA IVA + UTILIDAD EXTRAN	UTILIDAD EXTRANJEROS
399	285	71,25	170,9	59,9
	PORCENTAJE			
AAVV MAYORISTAS	20%	IVA	COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
285	57,00	6,84	63,84	7,41
	PORCENTAJE			
AAVV MINORISTAS / INTERMEDIARIOS	15%	IVA	COMISIÓN TOTAL	UTILIDAD NETA AGENCIA
285	42,75	5,13	47,88	23,37

6.2. PLAN FINANCIERO

Para conocer si el proyecto es viable y factible, se realizará un estudio financiero que refleje los valores de inversión, los gastos y lo que se recuperará durante los primeros 5 años de proyección.

Las definiciones de los conceptos fueron tomadas del libro Contabilidad Octava edición, Editorial Pearson. (Horngren, Harrison Jr., Oliver, 2010)

6.2.1 INVERSIÓN

Inicialmente, se utilizará inversión propia por parte de los tres accionistas de esta compañía, considerados personas naturales o jurídicas que dan fondos propios, los mismos que como resultado deben ser recuperados con el fin de obtener rentabilidad y beneficios por parte del negocio.

La inversión será destinada para arrancar el proyecto y disponer de capital de trabajo hasta lograr recuperar el capital inicial y obtener rentabilidad del negocio. Para clasificar y determinar todo lo requerido para la empresa, se ha dividido en tres grupos.

Capital de trabajo: Es la cantidad invertida y necesaria dentro de la empresa por parte de los accionistas para operar durante un tiempo determinado.

Tabla 49. Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
Gastos administrativos	\$ 1.219,90
Gasto de Nómina	\$ 5.370,37
(*)Gasto publicidad	\$ 1.800,00
Total gastos mensuales	\$ 8.390,27
No. de meses	4,00
Total Capital de trabajo	\$ 31.761,08
(*)Gasto de Publicidad considerado desde el 2do mes	

Todos los negocios buscan la rentabilidad como objetivo. Si los ingresos exceden los gastos, el resultado de las operaciones llega a generar ganancia o utilidad neta. Y si los gastos exceden los ingresos, el resultado se lo conoce como una pérdida neta.

El capital neto de trabajo debe tener un mínimo, según la actividad a emprender. En el caso de una agencia de viajes, la inversión inicial en activos fijos debe ser más de 14,000\$

La empresa tiene como inversión inicial un monto de \$ 61,885.86 en los siguientes cuadros se verá reflejado los valores y el desglose.

Tabla 50. Resumen inversión inicial

RESUMEN DE INVERSIÓN INICIAL		Porcentaje	Valor
Gastos Preoperacionales		\$ 0,21	\$12.789,78
Activos Fijos		\$ 0,28	\$17.335,00
Total activos tangibles e intangibles		\$ 0,49	\$30.124,78
Capital de trabajo		\$ 0,51	\$31.761,08
INVERSIÓN INICIAL			\$61.885,86

6.2.2 INVERSIÓN INICIAL

Inicialmente, las inversiones en activos fijos son algo físicamente tangible que puede ser transferido. La inversión inicial para desarrollar este proyecto es de US \$ 17,335.00 y se compone en los siguientes rubros:

Activos Fijos: Son todos los recursos económicos y patrimoniales que posee una empresa inicialmente que aportan al negocio. Los muebles y enseres y lo necesario para utilizar dentro de las oficinas.

Tabla 51. Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES	cantidad	Presupuesto US\$	Total US\$
OFICINAS MODULARES CON PAREDES, INCLUYE PINTURA	7	\$ 350,00	2.450,00
SILLAS EJECUTIVAS	7	\$ 160,00	1.120,00
SILLAS SIMPLES (ADICIONALES)	12	\$ 60,00	720,00
SALA DE ESPERA	1	\$ 1.200,00	1.200,00
LOCKERS	8	\$ 60,00	480,00
MESA DE REUNIÓN	1	\$ 600,00	600,00
BASUREROS	7	\$ 40,00	280,00
PAPELERÍA	1	\$ 500,00	500,00
MESA CENTRAL PARA SALA DE ESPERA	1	\$ 60,00	60,00
DECORACIÓN OFICINA	1	\$ 500,00	500,00
TOTAL MUEBLES Y ENSERES			\$ 7.910,00

Tabla 52. Equipos de oficina y utensilios

EQUIPOS DE OFICINA Y UTENSILLOS	cantidad	Presupuesto US\$	Total US\$
TELÉFONOS	7	\$ 70,00	\$ 490,00
TELEVISOR SALA DE ESPERA	1	\$ 750,00	\$ 750,00
TELF CON FAX	1	\$ 150,00	\$ 150,00
CAFETERA	1	\$ 80,00	\$ 80,00
JUEGO VAJILLA 8 PERSONAS	1	\$ 65,00	\$ 65,00
BIDÓN DE AGUA	1	\$ 45,00	\$ 45,00
TOTAL EQUIPOS DE OFICINA Y UTENSILLOS			\$ 1.580,00

Tabla 53. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	cantidad	Presupuesto US\$	Total US\$
LAPTOPS	2	\$ 1.000,00	\$ 2.000,00
COPIADORA Y ESCÁNER MULTIFUNCIÓN	1	\$ 700,00	\$ 700,00
COMPUTADORAS DE OFICINA	5	\$ 800,00	\$ 4.000,00
RETROPROYECTOR	1	\$ 500,00	\$ 500,00
REGULADORES DE VOLTAJE	6	\$ 50,00	\$ 300,00
MESA AUXILIAR	1	\$ 45,00	\$ 45,00
IMPRESORA	2	\$ 150,00	\$ 300,00
TOTAL EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			\$ 7.845,00

6.2.3 INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS DE CONSTITUCIÓN Y GASTOS PRE OPERACIONALES

Dentro de este rubro se encuentran los activos de constitución y pre operacionales, activos que se los deben pagar para iniciar una empresa y gastos de publicidad entre otros, pero se los recupera en el transcurso del tiempo. Son permisos de funcionamiento, licencias para operar y software para operar, publicidad etc.

De igual manera, existen los gastos que permiten pagar los trámites legales, gastos en abogados, notarias, permisos municipales, permisos para funcionamiento y gastos por suministros de material usado dentro de la empresa. Para obtener los gastos de la patente se utiliza el valor total de los activos fijos y se lo multiplica por el 1,5%.

Tabla 54. Activos diferidos y gastos pre operacionales

ACTIVOS DIFERIDOS Y GASTOS PREOPERACIONALES			
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	cantidad	Presupuesto US\$	Total US\$
TRÁMITE LEGAL DE CONSTITUCIÓN DE LA EMPRESA	1	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00
SRI OBTENCIÓN DEL RUC	1	\$ -	\$ -
PATENTE MUNICIPAL	1	\$ 239,78	\$ 239,78
LUAE	1	\$ 500,00	\$ 500,00
BOMBEROS E INSPECCIÓN	1	\$ 50,00	\$ 50,00
LICENCIA SABRE SOFTWARE	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
AFILIACIÓN CAPTUR	1	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL GASTOS CONSTITUCIÓN			\$10.989,78
MATERIAL IMAGEN CORPORATIVA Y MATERIAL PUBLICITARIO	1	\$ 800,00	\$ 800,00
APERTURA DEL LOCAL Y LANZAMIENTO DE LA EMPRESA	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00
TOTAL GASTOS PREOPERACIONALES			\$12.789,78

6.2.4 PRESUPUESTO DE GASTOS

Para obtener el capital de trabajo se debe sumar todos los presupuestos de los elementos que se utilizan para dar el servicio, todos los gastos y costos invertidos dentro de la empresa para operar.

Se los divide en los siguientes rubros según los gastos:

GASTOS ADMINISTRATIVOS

Son los gastos fijos para el funcionamiento de la empresa, los mismos que no se relacionan directamente con la parte productiva pero son fundamentales. Estos valores se mantienen constantes durante los 5 años de proyecciones. Estos gastos incluyen arriendo, agua, luz, teléfono, suministros y materiales de oficina entre otros. Estos valores se los calculó mensual y anualmente.

Tabla 55. Gastos administrativos

GASTOS ADMINISTRATIVOS				
Año 1 (2013)				
UNIDADES	CONCEPTO	VALOR	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
1	Arriendo Oficina (30m)	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
7	Telefonía Fija	\$ 1,00	\$ 85,00	\$ 1.020,00
8	Telefonía Móvil	\$ 40,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
1	Servicio Internet	\$ 84,90	\$ 84,90	\$ 1.018,80
1	Suministros de oficina y cafetería	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Servicio eléctrico y agua potable	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Otras Gastos Indirectos menores	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 1.219,90	\$ 14.638,80

Año 2 (2014)				
Unidades	Concepto	Valor	Total	Total Anual
1	Arriendo Oficina (30m)	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
7	Telefonía Fija	\$ 1,00	\$ 85,00	\$ 1.020,00
8	Telefonía Móvil	\$ 40,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
1	Servicio Internet	\$ 84,90	\$ 84,90	\$ 1.018,80
1	Suministros de oficina y cafetería	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Servicio eléctrico y agua potable	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Otras Gastos Indirectos menores	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 1.219,90	\$ 14.638,80
Año 3 (2015)				
Unidades	Concepto	Valor	Total	Total Anual
1	Arriendo Oficina (30m)	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
7	Telefonía Fija	\$ 1,00	\$ 85,00	\$ 1.020,00
8	Telefonía Móvil	\$ 40,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
1	Servicio Internet	\$ 84,90	\$ 84,90	\$ 1.018,80
1	Suministros de oficina y cafetería	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Servicio eléctrico y agua potable	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Otras Gastos Indirectos menores	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 1.219,90	\$ 14.638,80

Año 4 (2016)				
Unidades	Concepto	Valor	Total	Total Anual
1	Arriendo Oficina (30m)	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
7	Telefonía Fija	\$ 1,00	\$ 85,00	\$ 1.020,00
8	Telefonía Móvil	\$ 40,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
1	Servicio Internet	\$ 84,90	\$ 84,90	\$ 1.018,80
1	Suministros de oficina y cafetería	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Servicio eléctrico y agua potable	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Otras Gastos Indirectos menores	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 1.219,90	\$ 14.638,80
Año 5 (2017)				
Unidades	Concepto	Valor	Total	Total Anual
1	Arriendo Oficina (30m)	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00
7	Telefonía Fija	\$ 1,00	\$ 85,00	\$ 1.020,00
8	Telefonía Móvil	\$ 40,00	\$ 320,00	\$ 3.840,00
1	Servicio Internet	\$ 84,90	\$ 84,90	\$ 1.018,80
1	Suministros de oficina y cafetería	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Servicio eléctrico y agua potable	\$ 90,00	\$ 90,00	\$ 1.080,00
1	Otras Gastos Indirectos menores	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Total			\$ 1.219,90	\$ 14.638,80

GASTOS DE PUBLICIDAD

Los gastos de publicidad son necesarios para dar a conocer a la empresa dentro del mercado, dentro de este rubro se agregaron los valores de BTL, lanzamiento de la marca y apertura de la empresa y marketing digital.

Tabla 56. Gastos de publicidad

GASTOS DE PUBLICIDAD		
Descripción	Precio x mes	Precio anual
Eventos Publicitarios	300	3.600
Evento de lanzamiento y apertura	850	850
Marketing BTL	350	4.200
Marketing Digital	300	3.600
Total Gastos de Publicidad	1.800	12.250

6.2.5 NÓMINA

La inversión requerida para el rubro mano de obra directa en el primer año de operación es de \$ 64, 444,44. El cálculo se lo realizó de la siguiente manera: se obtuvo del departamento de relaciones laborales los salarios mínimos de las tablas y se los incrementó. Se hizo un cálculo mensual contando con el aporte al IESS del porcentaje del patrono 11.15%, vacaciones, fondo de reserva, décimos entre otros y de ahí se hizo una proyección a 5 años. La nómina fue calculada de manera mensual y anual.

NÓMINA DEL AÑO 2														
RECURSO HUMANO	N. PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0,5%	IECE 0,5%	IESS PERSONAL 9,35% (1)	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO EMPRESA ANUAL TOTAL
Gasto Nómina Comercial														
Coordinador de marketing y ventas	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 46,75	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 684,92	\$ 684,92	\$ 8.219,00
Costo Nómina Operativa														
Coordinador en el sector eventos	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 66,90	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 56,10	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 817,90	\$ 817,90	\$ 9.814,80
Coordinador de operaciones y sistemas	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 46,75	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 684,92	\$ 684,92	\$ 8.219,00
Gasto Nómina Administrativa														
Gerente General	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 94,78	\$ 4,25	\$ 4,25	\$ 79,48	\$ 70,83	\$ 20,00	\$ 70,83	\$ 35,42	\$ 1.150,36	\$ 1.150,36	\$ 13.804,30
Recepcionista	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Técnico en sistemas	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Contador	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Administrador de la agencia de viajes	1	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 75,82	\$ 3,40	\$ 3,40	\$ 63,58	\$ 56,67	\$ 20,00	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 924,29	\$ 924,29	\$ 11.091,44
TOTAL	8	\$ 4.180,00	\$ 4.180,00	\$ 466,07	\$ 20,90	\$ 20,90	\$ 390,83	\$ 348,33	\$ 160,00	\$ 348,33	\$ 174,17	\$ 5.718,70	\$ 5.718,70	\$ 68.624,44

(1) Costo asumido por el empleado. No se considera dentro del costo empresa

NÓMINA DEL AÑO 3														
RECURSO HUMANO	N. PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0,5%	IECE 0,5%	IESS PERSONAL 9,35% (1)	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO EMPRESA ANUAL TOTAL
Gasto Nómina Comercial														
Coordinador en marketing y ventas	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 46,75	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 684,92	\$ 684,92	\$ 8.219,00
Costo Nómina Operativa														
Coordinador en el sector eventos	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 66,90	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 56,10	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 817,90	\$ 817,90	\$ 9.814,80
Coordinador en operaciones y sistemas	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 46,75	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 684,92	\$ 684,92	\$ 8.219,00
Gasto Nómina Administrativa														
Gerente General	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 94,78	\$ 4,25	\$ 4,25	\$ 79,48	\$ 70,83	\$ 20,00	\$ 70,83	\$ 35,42	\$ 1.150,36	\$ 1.150,36	\$ 13.804,30
Recepcionista	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Técnico en sistemas	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Contador	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Administrador de la agencia de viajes	1	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 75,82	\$ 3,40	\$ 3,40	\$ 63,58	\$ 56,67	\$ 20,00	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 924,29	\$ 924,29	\$ 11.091,44
TOTAL	8	\$ 4.180,00	\$ 4.180,00	\$ 466,07	\$ 20,90	\$ 20,90	\$ 390,83	\$ 348,33	\$ 160,00	\$ 348,33	\$ 174,17	\$ 5.718,70	\$ 5.718,70	\$ 68.624,44

(1) Costo asumido por el empleado. No se considera dentro del costo empresa

NÓMINA DEL AÑO 4														
RECURSO HUMANO	N. PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0.5%	IECE 0.5% PERSONAL 9,35% (1)	IESS	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO EMPRESA ANUAL TOTAL
Gasto Nómina Comercial														
Coordinador en marketing y ventas	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 46,75	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 684,92	\$ 684,92	\$ 8.219,00
Costo Nómina Operativa														
Coordinador en el sector eventos	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 66,90	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 56,10	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 817,90	\$ 817,90	\$ 9.814,80
Coordinador en sistemas y operaciones	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 46,75	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 684,92	\$ 684,92	\$ 8.219,00
Gasto Nómina Administrativa														
Gerente General	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 94,78	\$ 4,25	\$ 4,25	\$ 79,48	\$ 70,83	\$ 20,00	\$ 70,83	\$ 35,42	\$ 1.150,36	\$ 1.150,36	\$ 13.804,30
Recepcionista	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Técnico en sistemas	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Contador	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Administrador de la agencia de viajes	1	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 75,82	\$ 3,40	\$ 3,40	\$ 63,58	\$ 56,67	\$ 20,00	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 924,29	\$ 924,29	\$ 11.091,44
TOTAL	8	\$ 4.180,00	\$ 4.180,00	\$ 466,07	\$ 20,90	\$ 20,90	\$ 390,83	\$ 348,33	\$ 160,00	\$ 348,33	\$ 174,17	\$ 5.718,70	\$ 5.718,70	\$ 68.624,44

(1) Costo asumido por el empleado. No se considera dentro del costo empresa

NÓMINA DEL AÑO 5														
RECURSO HUMANO	N. PER	SUELDO	SUELDO TOTAL	IESS PATRONAL 11,15%	SECAP 0,5%	IECE 0,5% PERSONAL 9,35% (1)	IESS	XIII	XIV	F. RESERVA	VACACIONES	COSTO EMPRESA MENSUAL TOTAL	COSTO EMPRESA MENSUAL POR EMPLEADO	COSTO EMPRESA ANUAL TOTAL
Gasto Nómina Comercial														
Coordinador en marketing y ventas	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 46,75	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 684,92	\$ 684,92	\$ 8.219,00
Coso Nómina Operativa														
Coordinador en el sector eventos	1	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 66,90	\$ 3,00	\$ 3,00	\$ 56,10	\$ 50,00	\$ 20,00	\$ 50,00	\$ 25,00	\$ 817,90	\$ 817,90	\$ 9.814,80
Coordinador en sistemas y operaciones	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 2,50	\$ 2,50	\$ 46,75	\$ 41,67	\$ 20,00	\$ 41,67	\$ 20,83	\$ 684,92	\$ 684,92	\$ 8.219,00
Gasto Nómina Administrativa														
Gerente General	1	\$ 850,00	\$ 850,00	\$ 94,78	\$ 4,25	\$ 4,25	\$ 79,48	\$ 70,83	\$ 20,00	\$ 70,83	\$ 35,42	\$ 1.150,36	\$ 1.150,36	\$ 13.804,30
Recepcionista	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Técnico en sistemas	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Contador	1	\$ 350,00	\$ 350,00	\$ 39,03	\$ 1,75	\$ 1,75	\$ 32,73	\$ 29,17	\$ 20,00	\$ 29,17	\$ 14,58	\$ 485,44	\$ 485,44	\$ 5.825,30
Administrador de la agencia de viajes	1	\$ 680,00	\$ 680,00	\$ 75,82	\$ 3,40	\$ 3,40	\$ 63,58	\$ 56,67	\$ 20,00	\$ 56,67	\$ 28,33	\$ 924,29	\$ 924,29	\$ 11.091,44
TOTAL	8	\$ 4.180,00	\$ 4.180,00	\$ 466,07	\$ 20,90	\$ 20,90	\$ 390,83	\$ 348,33	\$ 160,00	\$ 348,33	\$ 174,17	\$ 5.718,70	\$ 5.718,70	\$ 68.624,44

Compensación a Administradores					
Nómina	Año 1	Año 2-Año 5			
Gerente Comercial	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00			
Gerente Operativo	\$ 2.000,00	\$ 2.000,00			
Gerente Financiero	\$ 0,00	\$ 2.000,00			
Gerente Admin, RRHH	\$ 0,00	\$ 2.000,00			
TOTAL	\$ 4.000,00	\$ 8.000,00			
Nómina Mensual	Año 1	Año 2	Año 4	Año 5	
Gasto Comercial	\$ 643,25	\$ 684,92	\$ 684,92	\$ 684,92	
Costo Operativo	\$ 1.411,15	\$ 1.502,82	\$ 1.502,82	\$ 1.502,82	
Gasto Administrativo	\$ 3.315,97	\$ 3.530,97	\$ 3.530,97	\$ 3.530,97	
TOTAL	\$ 5.370,37	\$ 5.718,70	\$ 5.718,70	\$ 5.718,70	
Nómina Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Comercial	\$ 7.719,00	\$ 8.219,00	\$ 8.219,00	\$ 8.219,00	\$ 8.219,00
Costo Operativo	\$ 16.933,80	\$ 18.033,80	\$ 18.033,80	\$ 18.033,80	\$ 18.033,80
Gasto Administrativo	\$ 39.791,64	\$ 42.371,64	\$ 42.371,64	\$ 42.371,64	\$ 42.371,64
TOTAL	\$ 64.444,44	\$ 68.624,44	\$ 68.624,44	\$ 68.624,44	\$ 68.624,44

6.2.6 DEPRECIACIONES

Las depreciaciones se devalúan cada cierto tiempo según su utilidad, se lo puede ver en la siguiente tabla.

Tabla 58. Tabla de depreciación

TABLA DE DEPRECIACION								
	Precio	2013	2014	2015	2016	2017	Total Depreciación	Valor de Rescate
Equipos de Computación	7.845,00	2.615,00	2.615,00	2.615,00	2.615,00	2.615,00	13.075,00	2.615,00
Muebles y Enseres	7.910,00	1.582,00	1.582,00	1.582,00	1.582,00	1.582,00	7.910,00	-
Utensilios de cocina	1.580,00	316,00	316,00	316,00	316,00	316,00	1.580,00	-
Total	17.335,00	4.513,00	4.513,00	4.513,00	4.513,00	4.513,00	22.565,00	2.615,00

Tabla 59. Tabla de amortización y gastos pre operacionales

TABLA DE AMORTIZACION GASTOS PRE OPERACIONALES						
	Valor	2013	2014	2015	2016	2017
Gastos Constitución	10.989,78	2.197,96	2.197,96	2.197,96	2.197,96	2.197,96
Imagen Corporativa	800,00	160,00	160,00	160,00	160,00	160,00
Evento de Lanzamiento	1.000,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00
Total	12.789,78	2.557,96	2.557,96	2.557,96	2.557,96	2.557,96

6.2.7 COSTO DE PAQUETES DETALLADO

Para el costeo de los paquetes se realizó de la siguiente manera:

6.2.7.1 BODAS

Se calculó cada paquete individualmente con y sin iva, adicional se calculó para una cantidad de personas como mínimo para realizar el evento es este caso para 30 pax, una vez realizado eso no se tomó en cuenta el iva. Para obtener un precio por todos los paquetes se tuvo que obtener una media, se sumaron todos los paquetes y se dividieron para la cantidad de paquetes. Los valores de la tabla de costo paquete son individuales, pero todo se calculó en base a la media en este caso \$538,50 multiplicado por 30 pax= \$16,155 valor utilizado para realizar las proyecciones de ventas.

Tabla 60. Tabla de costeo bodas

COSTEO DE PAQUETES			
*BODAS	PAQUETE 1	PAQUETE 2	MEDIA
RUBRO			
COSTO TOTAL	\$ 433,60	\$ 428,00	\$ 430,80
UTILIDAD 25%	\$ 108,40	\$ 107,00	\$ 107,70
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 542,00	\$ 535,00	\$ 538,50
PVP SUGERIDO	\$ 542,00	\$ 535,00	\$ 538,50
IVA 12%	\$ 65,04	\$ 64,20	\$ 64,62
CON IVA	\$ 607,04	\$ 599,20	\$ 603,12
VALOR TOTAL POR PERSONA	\$ 542,00	\$ 535,00	\$ 538,50
VALOR CALCULADO POR 30 PAX			
EVENTO COMPLETO SIN INCLUIR PASAJES AEREOS	\$ 19.272,00	\$ 18.480,00	\$ 12.150,00
* COSTO DEL PAQUETE			
COSTO DEL PAQUETE (EMPRESA)	\$ 433,60	\$ 434,33	\$ 394,00
COSTO DE VENTA AL PUBLICO POR PERSONA	\$ 542,00	\$ 616,00	\$ 555,00
UTILIDAD PROMEDIO DE 25%	\$ 108,40	\$ 108,58	\$ 98,50
* Para calcular las ventas se realizó un costo promedio sumando todos los paquetes y sacando una media dividido por la cantidad de paquetes en este caso es: 538,50\$			

6.2.7.2 LUNAS DE MIEL

Se calculó cada paquete individualmente con y sin iva adicional, se calculó para una cantidad de personas como mínimo para realizar el evento es este caso para 2 pax, una vez realizado eso no se tomo en cuenta el iva. Para obtener un precio por todos los paquetes se tuvo que obtener una media, se

sumaron todos los paquetes y se dividió para esa misma cantidad. Los valores de la tabla de costo paquete son individuales, pero todo se calculó en base a la media en este caso \$789,18 multiplicando para 2pax=\$1578,36 valores utilizados para las proyecciones de ventas.

Tabla 61. Tabla de costeo lunas de miel

LUNAS DE MIEL	PAQUETE 1	PAQUETE 2	MEDIA
RUBRO			
COSTO TOTAL	\$ 748,08	\$ 514,63	\$ 631,36
UTILIDAD 25%	\$ 187,02	\$ 128,66	\$ 157,84
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 935,10	\$ 643,29	\$ 789,19
PVP SUGERIDO	\$ 935,10	\$ 643,29	\$ 789,19
IVA 12%	\$ 112,21	\$ 77,19	\$ 94,70
CON IVA	\$ 1.047,31	\$ 720,48	\$ 883,90
VALOR TOTAL POR PERSONA	\$ 935,10	\$ 643,29	\$ 789,19
VALOR CALCULADO POR 2 PAX	\$ 504,00	\$ 1.286,58	\$ 632,40
* COSTO DEL PAQUETE			
COSTO DEL PAQUETE (EMPRESA)	\$ 748,08	\$ 514,63	\$ 631,36
COSTO DE VENTA AL PUBLICO POR PERSONA	\$ 935,10	\$ 643,29	\$ 789,19
UTILIDAD PROMEDIO DE 25%	\$ 187,02	\$ 128,66	\$ 157,84
*para calcular las ventas se realizó un costo promedio sumando todos los paquetes y sacando una media dividido por la cantidad de paquetes en este caso precio de: 789,18\$			

6.2.7.3 DESPEDIDAS DE SOLTEROS

Se calculó cada paquete individualmente con y sin iva adicional, se calculó para una cantidad de personas como mínimo para realizar el evento es este caso para 8 pax, una vez realizado eso no se tomó en cuenta el iva. Para obtener un precio por todos los paquetes se tuvo que obtener una media, se sumaron todos los paquetes y se dividió para esa misma cantidad. Los valores

de la tabla de costo paquete son individuales, pero todo se calculó en base a la media en este caso \$362,25 multiplicando para 8pax=\$2,898 valores utilizados para las proyecciones de ventas.

Tabla 62. Tabla de costeo despedida de solteros

DESPEDIDA DE SOLTEROS	PAQUETE 1	PAQUETE 2	MEDIA
RUBRO			
COSTO TOTAL	\$ 294,60	\$ 285,00	\$ 289,80
UTILIDAD 25%	\$ 73,65	\$ 71,25	\$ 72,45
TOTAL COSTO + UTILIDAD	\$ 368,25	\$ 356,25	\$ 362,25
PVP SUGERIDO	\$ 368,25	\$ 356,25	\$ 362,25
IVA 12%	\$ 44,19	\$ 42,75	\$ 43,47
CON IVA	\$ 412,44	\$ 399,00	\$ 405,72
VALOR TOTAL POR PERSONA	\$ 368,25	\$ 356,25	\$ 362,25
VALOR CALCULADO POR 8 PAX			
EVENTO COMPLETO SIN INCLUIR PASAJES AEREOS	\$ 2.946,00	\$ 2.850,00	\$ 2.898,00
* COSTO DEL PAQUETE			
COSTO DEL PAQUETE (EMPRESA)	\$ 294,60	\$ 285,00	
COSTO DE VENTA AL PUBLICO POR PERSONA	\$ 368,25	\$ 356,25	
UTILIDAD PROMEDIO DE 25%	\$ 73,65	\$ 71,25	
*para calcular las ventas se realizó un costo promedio sumando todos los paquetes y sacando una media dividido por la cantidad de paquetes en este caso precio de:\$ 362,25			

Para obtener el porcentaje de utilidad con el que se queda la empresa con cada paquete vendido, se realizó una tabla que tenga la cantidad de eventos vendidos por segmento, el precio de los eventos, el total a pagar por la cantidad de personas y ese valor se lo multiplicó por 0,75% para obtener el valor final de cada evento restando el 25% de utilidad. Con el resultado obtenido se pudo hacer las proyecciones a 5 años con una tasa de crecimiento del 5% anual.

En los cuadros de costeo de paquetes en la parte inferior de cada uno, se realizó el cálculo del gasto de comisión por venta.

TABLA 63. Costo de paquetes

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 1													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	27
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	25
*DESPEIDIDAS DE SOLTEROS	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	23
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													
75													

PROYECCIONES DE VENTAS																
AÑO 1																
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS															
MES	PRECIO PROMEDIO POR PERSONA*	NUMERO DE PERSONAS (GRUPO)**	VALOR GRUPAL POR PAQUETE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 538,50	30	\$ 16.155,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 48.465,00	\$ 48.465,00	\$ 32.310,00	\$ 436.185,00
*LUNAS DE MIEL	\$ 789,18	2	\$ 1.578,36	\$ 3.156,72	\$ 3.156,72	\$ 6.313,44	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 3.156,72	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 3.156,72	\$ 45.772,44
*DESPEIDIDAS DE SOLTEROS	\$ 362,25	8	\$ 2.898,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 11.592,00	\$ 23.184,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	#VALORI
GASTO DE COMISION X VENTAS				\$ 206,31	\$ 412,63	\$ 502,15	\$ 586,51	\$ 618,94	\$ 428,41	\$ 370,45	\$ 412,63	\$ 574,18	\$ 574,18	\$ 618,94	\$ 412,63	#VALORI

COSTO PAQUETES AÑO 1 (2013)													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	27
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	25
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	23
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													

COSTO PAQUETES AÑO 1 (2013)													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 12,116.25	\$ 24,232.50	\$ 24,232.50	\$ 24,232.50	\$ 36,348.75	\$ 24,232.50	\$ 24,232.50	\$ 24,232.50	\$ 24,232.50	\$ 36,348.75	\$ 36,348.75	\$ 24,232.50	\$ 327,138.75
*LUNAS DE MIEL	\$ 1,163.77	\$ 2,327.54	\$ 2,327.54	\$ 2,327.54	\$ 3,491.31	\$ 2,327.54	\$ 2,327.54	\$ 2,327.54	\$ 2,327.54	\$ 3,491.31	\$ 3,491.31	\$ 2,327.54	\$ 31,961.79
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 2,173.50	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 6,520.50	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 4,347.00	\$ 6,520.50	\$ 6,520.50	\$ 4,347.00	\$ 54,337.50
GASTO DE COMISION Y VENTAS	\$ 154.74	\$ 309.47	\$ 309.47	\$ 309.47	\$ 464.21	\$ 321.31	\$ 321.31	\$ 309.47	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 464.21	\$ 309.47	\$ 413,638.04

COSTO PAQUETES													
AÑO 2 (2014)													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	29
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	3	27
*DESPEJADAS DE SOLTEROS	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	24

COSTO PAQUETES																
AÑO 2 (2014)																
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS															
MES	PRECIO PROMEDIO POR PERSONA *	NUMERO DE PERSONAS (GRUPO)**	VALOR GRUPAL POR PAQUETE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 538.50	30	\$ 16.155,00	\$ 12.116,25	\$ 24.232,50	\$ 24.232,50	\$ 36.348,75	\$ 36.348,75	\$ 24.232,50	\$ 24.232,50	\$ 36.348,75	\$ 36.348,75	\$ 36.348,75	\$ 36.348,75	\$ 24.232,50	\$ 351.371,25
*LUNAS DE MIEL	\$ 789,18	2	\$ 1.578,36	\$ 1.183,77	\$ 2.367,54	\$ 2.367,54	\$ 3.551,31	\$ 3.551,31	\$ 3.551,31	\$ 3.551,31	\$ 2.367,54	\$ 2.367,54	\$ 2.367,54	\$ 4.735,08	\$ 3.551,31	\$ 35.513,10
*DESPEJADAS DE SOLTEROS	\$ 362,25	8	\$ 2.898,00	\$ 2.173,50	\$ 4.347,00	\$ 4.347,00	\$ 6.520,50	\$ 6.520,50	\$ 4.347,00	\$ 4.347,00	\$ 4.347,00	\$ 4.347,00	\$ 4.347,00	\$ 6.520,50	\$ 4.347,00	\$ 56.511,00
GASTO DE COMISION X VENTAS				\$ 154,74	\$ 309,47	\$ 309,47	\$ 464,21	\$ 464,21	\$ 321,31	\$ 321,31	\$ 480,63	\$ 480,63	\$ 480,63	\$ 476,04	\$ 321,31	\$ 443.365,35

COSTO PAQUETES													
AÑO 3 (2015)													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	1	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	30
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	28
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	25
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													

COSTO PAQUETES													
AÑO 3 (2015)													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
MES	ENERO <td>FEBRERO <td>MARZO <td>ABRIL <td>MAYO <td>JUNIO <td>JULIO <td>AGOSTO <td>SEPTIEMBRE <td>OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	FEBRERO <td>MARZO <td>ABRIL <td>MAYO <td>JUNIO <td>JULIO <td>AGOSTO <td>SEPTIEMBRE <td>OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td></td></td></td></td></td></td></td></td>	MARZO <td>ABRIL <td>MAYO <td>JUNIO <td>JULIO <td>AGOSTO <td>SEPTIEMBRE <td>OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td></td></td></td></td></td></td></td>	ABRIL <td>MAYO <td>JUNIO <td>JULIO <td>AGOSTO <td>SEPTIEMBRE <td>OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td></td></td></td></td></td></td>	MAYO <td>JUNIO <td>JULIO <td>AGOSTO <td>SEPTIEMBRE <td>OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td></td></td></td></td></td>	JUNIO <td>JULIO <td>AGOSTO <td>SEPTIEMBRE <td>OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td></td></td></td></td>	JULIO <td>AGOSTO <td>SEPTIEMBRE <td>OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td></td></td></td>	AGOSTO <td>SEPTIEMBRE <td>OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td></td></td>	SEPTIEMBRE <td>OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td></td>	OCTUBRE <td>NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td></td>	NOVIEMBRE <td>DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td> </td>	DICIEMBRE <td>TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE</td>	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 538,50	\$ 16,155,00	\$ 12,116,25	\$ 24,232,50	\$ 36,348,75	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 36,348,75	\$ 48,465,00	\$ 36,348,75	\$ 24,232,50	\$ 363,487,50
*LUNAS DE MIEL	\$ 789,18	\$ 1,578,36	\$ 1,183,77	\$ 2,367,54	\$ 3,551,31	\$ 3,551,31	\$ 3,551,31	\$ 2,367,54	\$ 2,367,54	\$ 3,551,31	\$ 4,735,08	\$ 3,651,31	\$ 36,696,87
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 362,25	\$ 2,898,00	\$ 2,173,50	\$ 4,347,00	\$ 6,520,50	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 6,520,50	\$ 6,520,50	\$ 4,347,00	\$ 58,684,50
GASTO DE COMISION X VENTAS		\$ 154,74	\$ 309,47	\$ 309,47	\$ 464,21	\$ 464,21	\$ 321,31	\$ 490,63	\$ 430,63	\$ 585,37	\$ 476,04	\$ 321,31	\$ 468,868,87

COSTO PAQUETES AÑO 4 (2016)													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	2	2	3	2	2	2	2	4	3	4	3	2	31
*LUNAS DE MIEL	1	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	29
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	1	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	26
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													

COSTO PAQUETES AÑO 4 (2016)																
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS															
	PRECIO PROMEDIO POR PERSONA*	NUMERO DE PERSONAS (GRUPO)**	VALOR GRUPAL POR PAQUETE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 538.50	30	\$ 16.155.00	\$ 24.232.50	\$ 24.232.50	\$ 36.346.75	\$ 24.232.50	\$ 24.232.50	\$ 24.232.50	\$ 24.232.50	\$ 48.465.00	\$ 36.346.75	\$ 48.465.00	\$ 36.346.75	\$ 24.232.50	\$ 375.609.75
*LUNAS DE MIEL	\$ 789.18	2	\$ 1.578.36	\$ 1.183.77	\$ 2.367.54	\$ 3.551.31	\$ 2.367.54	\$ 3.551.31	\$ 3.551.31	\$ 3.551.31	\$ 3.551.31	\$ 2.367.54	\$ 3.551.31	\$ 4.735.08	\$ 3.551.31	\$ 37.880.64
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 382.25	8	\$ 2.898.00	\$ 2.173.50	\$ 6.520.50	\$ 6.520.50	\$ 6.520.50	\$ 6.520.50	\$ 4.347.00	\$ 4.347.00	\$ 6.520.50	\$ 4.347.00	\$ 6.520.50	\$ 6.520.50	\$ 4.347.00	\$ 60.858.00
GASTO DE COMISION X VENTAS			\$ 275.90	\$ 287.74	\$ 464.21	\$ 331.21	\$ 343.04	\$ 321.31	\$ 321.31	\$ 434.70	\$ 595.37	\$ 480.63	\$ 585.37	\$ 476.04	\$ 321.31	\$ 474.342.39

6.2.8 PROYECCIÓN DE VENTAS

Las proyecciones de ventas permiten visualizar la cantidad de eventos a vender mensual y anualmente para obtener rentabilidad y lograr posicionarse en el mercado. Durante el primer año se puede observar que las ventas serán bajas hasta que la empresa se dé a conocer y las personas se interesen por utilizar este servicio. En las proyecciones el producto estrella serán las bodas y de la mano las lunas de miel y despedidas de solteros. Este incremento de eventos se ve reflejado en estos cuadros.

Primero, para la proyección de ventas primero se realizó un tabla que especifica la cantidad de eventos vendidos por segmento valores referenciales obtenidos en el estudio de mercado por las empresas y expertos en el mercado de bodas y eventos. Segundo, se realizó otra tabla que tiene los precios de los paquetes por persona en base a una media, la que fue calculada sumando los valores de los paquetes de cada segmento y se dividió para la cantidad de los mismos, después se multiplicó para el mínimo de personas por evento de acuerdo a cada tipo de evento. Esta tabla representa la cantidad de eventos vendidos mensualmente y se realizó una proyección de ventas a cinco años con una tasa de crecimiento a partir del segundo año del 5%, incrementando la cantidad de eventos vendidos por año en bodas, lunas de miel y despedida de solteros.

En las tablas consta el valor a pagar en comisiones, el valor total de cada mes y el cálculo de pago en efectivo a proveedores, quienes obtendrán el 25% de la suma total de los 3 tipos de eventos. Esto quiere decir que lo que gana la empresa mensualmente \$20, 631,36 por la cantidad de eventos vendidos se lo multiplica por el 25% para obtener el valor del pago en efectivo anticipado, que se debe realizar según como se vendan los paquetes en cada mes para reservar todo lo necesario e ir pagando a los proveedores, con el fin de reservar todo hasta el día de los eventos.

Tabla 64. Proyecciones de ventas

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 1													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	27
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	25
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	23
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													

PROYECCIONES DE VENTAS																
AÑO 1																
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS															
MES	PRECIO PROMEDIO POR PERSONA*	NUMERO DE PERSONAS (GRUPO)**	VALOR GRUPAL POR PAQUETE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 538,50	30	\$ 16.155,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 48.465,00	\$ 48.465,00	\$ 32.310,00	\$ 436.185,00
*LUNAS DE MIEL	\$ 789,18	2	\$ 1.578,36	\$ 3.156,72	\$ 3.156,72	\$ 3.156,72	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 3.156,72	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 3.156,72	\$ 42.615,72
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 362,25	8	\$ 2.898,00	\$ 2.898,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 72.450,00
GASTO DE COMISION X VENTAS				\$ 206,31	\$ 412,63	\$ 412,63	\$ 412,63	\$ 618,94	\$ 428,41	\$ 428,41	\$ 428,41	\$ 412,63	\$ 574,18	\$ 574,18	\$ 618,94	\$ 412,63
TOTAL				\$ 20.631,36	\$ 41.262,72	\$ 41.262,72	\$ 41.262,72	\$ 61.894,08	\$ 42.841,08	\$ 42.841,08	\$ 42.841,08	\$ 41.262,72	\$ 57.417,72	\$ 57.417,72	\$ 61.894,08	\$ 41.262,72
PAGO EN EFECTIVO				\$ 5.157,84	\$ 10.315,68	\$ 10.315,68	\$ 10.315,68	\$ 15.473,52	\$ 10.710,27	\$ 10.710,27	\$ 10.710,27	\$ 10.315,68	\$ 14.354,43	\$ 14.354,43	\$ 15.473,52	\$ 10.315,68

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 3													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	1	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	30
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	28
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	25
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													

PROYECCIONES DE VENTAS																
AÑO 3																
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS															
MES	PRECIO PROMEDIO POR PERSONA*	NUMERO DE PERSONAS (GRUPO)**	VALOR GRUPAL POR PAQUETE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 538.50	30	\$ 16.155.00	\$ 16.156.00	\$ 32.310.00	\$ 32.310.00	\$ 48.465.00	\$ 48.465.00	\$ 32.310.00	\$ 32.310.00	\$ 48.465.00	\$ 48.465.00	\$ 64.620.00	\$ 48.465.00	\$ 32.310.00	\$ 484.651.00
*LUNAS DE MIEL	\$ 789.18	2	\$ 1.578.36	\$ 1.578.36	\$ 3.156.72	\$ 3.156.72	\$ 4.735.08	\$ 4.735.08	\$ 4.735.08	\$ 4.735.08	\$ 3.156.72	\$ 3.156.72	\$ 4.735.08	\$ 6.313.44	\$ 4.735.08	\$ 48.929.16
*DES PEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 362.25	8	\$ 2.898.00	\$ 2.898.00	\$ 5.796.00	\$ 5.796.00	\$ 8.694.00	\$ 8.694.00	\$ 5.796.00	\$ 5.796.00	\$ 8.694.00	\$ 5.796.00	\$ 8.694.00	\$ 8.694.00	\$ 5.796.00	\$ 78.246.00
GASTO DE COMISION X VENTAS				\$ 206.32	\$ 412.63	\$ 412.63	\$ 618.94	\$ 618.94	\$ 428.41	\$ 428.41	\$ 574.18	\$ 574.18	\$ 780.49	\$ 634.72	\$ 428.41	\$ 611.826.16
PAGO EN EFECTIVO				\$ 20.632.36	\$ 41.262.72	\$ 41.262.72	\$ 61.894.08	\$ 61.894.08	\$ 42.841.08	\$ 42.841.08	\$ 57.417.72	\$ 57.417.72	\$ 78.049.08	\$ 63.472.44	\$ 42.841.08	\$ 42.841.08
TOTAL				\$ 5.188.09	\$ 10.315.68	\$ 10.315.68	\$ 15.473.52	\$ 15.473.52	\$ 10.710.27	\$ 10.710.27	\$ 14.354.43	\$ 14.354.43	\$ 19.512.27	\$ 15.868.11	\$ 10.710.27	\$ 158.868.11

PROYECCIONES DE VENTAS																
AÑO 4																
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS																
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE			
*BODAS	2	2	3	2	2	2	2	4	3	4	3	2	31			
*LUNAS DE MIEL	1	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	29			
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	1	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	26			
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS																
86																
PROYECCIONES DE VENTAS																
AÑO 4																
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS																
PRODUCTO	PRECIO PROMEDIO POR PERSONA*	NUMERO DE PERSONAS (GRUPO)**	VALOR GRUPAL POR PAQUETE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 538.50	30	\$ 16.155.00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 32.310,00	\$ 500.805,00
*LUNAS DE MIEL	\$ 788.18	2	\$ 1.576.36	\$ 1.576.36	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 6.313,44	\$ 4.735,08	\$ 50.507,52
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 362.25	8	\$ 2.898,00	\$ 2.898,00	\$ 2.898,00	\$ 8.694,00	\$ 8.694,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 8.694,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 81.144,00
GASTO DE COMISION X VENTAS				\$	\$ 367,86	\$ 389,65	\$ 618,94	\$ 441,61	\$ 457,39	\$ 428,41	\$ 428,41	\$ 428,41	\$ 428,41	\$ 780,49	\$ 634,72	\$ 428,41
TOTAL				\$	\$ 36.786,36	\$ 38.364,72	\$ 61.894,08	\$ 44.160,72	\$ 45.739,08	\$ 42.841,08	\$ 42.841,08	\$ 42.841,08	\$ 42.841,08	\$ 78.049,08	\$ 63.472,44	\$ 42.841,08
PAGO EN EFECTIVO				\$	\$ 9.196,59	\$ 9.691,18	\$ 15.473,52	\$ 11.040,18	\$ 11.494,77	\$ 10.710,27	\$ 10.710,27	\$ 10.710,27	\$ 10.710,27	\$ 19.512,27	\$ 15.868,11	\$ 10.710,27

PROYECCIONES DE VENTAS																
AÑO 5																
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS																
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE			
MES																
*BODAS	2	3	3	2	2	3	2	4	3	4	2	2	32			
*LUNAS DE MIEL	2	3	2	3	2	4	3	3	2	3	3	3	30			
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	27			
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS																
PROYECCIONES DE VENTAS																
AÑO 5																
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS																
PRODUCTO	PRECIO PROMEDIO POR PERSONA*	NUMERO DE PERSONAS (GRUPO)**	VALOR GRUPAL POR PAQUETE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
MES																
*BODAS	\$ 538.50	30	\$ 16.155.00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 48.465,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 32.310,00	\$ 64.620,00	\$ 48.465,00	\$ 64.620,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 516.960,00
*LUNAS DE MIEL	\$ 789.18	2	\$ 1.578.36	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 3.156,72	\$ 6.313,44	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 52.085,88
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 362.25	8	\$ 2.898.00	\$ 2.898,00	\$ 8.694,00	\$ 8.694,00	\$ 8.694,00	\$ 8.694,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 84.042,00
GASTO DE COMISION X VENTAS																
TOTAL				\$ 383,65	\$ 618,94	\$ 574,18	\$ 457,39	\$ 441,61	\$ 634,72	\$ 428,41	\$ 780,49	\$ 574,18	\$ 780,49	\$ 428,41	\$ 428,41	\$ 653,087,88
PAGO EN EFECTIVO																
				\$ 38.364,72	\$ 61.894,08	\$ 57.417,72	\$ 45.739,08	\$ 44.160,72	\$ 63.472,44	\$ 42.841,08	\$ 78.049,08	\$ 57.417,72	\$ 78.049,08	\$ 42.841,08	\$ 42.841,08	\$ 653,087,88
				\$ 9.591,18	\$ 15.473,52	\$ 14.354,43	\$ 11.434,77	\$ 11.040,18	\$ 15.868,11	\$ 10.710,27	\$ 19.512,27	\$ 14.354,43	\$ 19.512,27	\$ 10.710,27	\$ 10.710,27	\$ 152.085,88

6.2.9 CUENTAS POR COBRAR

Para calcular las cuentas por cobrar se utilizaron las proyecciones de ventas, al igual que las unidades de venta por paquetes vendidos. De esto se realizó un cálculo dividido en 4 cuotas del 25% cada una para obtener los pagos anticipados según los eventos realizados cada mes, aproximando que cada evento se lo programará con 6 meses de anticipación y el cliente pagará cada dos meses.

En el primer año y los siguientes se calculó de la siguiente manera, para obtener el saldo se sumaron los primeros pagos anticipados de cuentas por cobrar durante el mes de enero, en el cuadro de cuentas por cobrar efectivizadas se comienza desde cero reflejando que esos valores todavía no se efectivizaron, pero cuentan como cobrados y en la celda de pago inicial se lo calculó tomando el primer pago del mes. Para el segundo mes se hace lo mismo solo que se resta en el rubro de cuentas por cobrar efectivizadas el saldo que ya fue pagado el mes anterior y así se realizan todos los cálculos por mes hasta completar el año 2013.

Para obtener los valores cobrados en el segundo año, se toman los valores a partir de septiembre del 2013 de todos los pagos ya efectivizados hasta junio del 2014 y se comienza los otros cálculos a partir de julio, eso se realiza durante todos los años, los cálculos fueron realizados mensual y anualmente.

Tabla 65. Cuentas por cobrar

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 1 (2013)													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
MES	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	27
*BODAS	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	25
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	23
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	75
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													
PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 1 (2013)													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
MES	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	48,465.00 \$
*BODAS	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	48,465.00 \$
*LUNAS DE MIEL	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3,156.72 \$
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	8	5,796.00 \$
TOTAL	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	40	57,417.72 \$
GASTO DE COMISION X VENTAS	206.31 \$	412.63 \$	412.63 \$	412.63 \$	608.94 \$	428.41 \$	428.41 \$	412.63 \$	574.18 \$	574.18 \$	608.94 \$	412.63 \$	551,250.72 \$
PAGO EN EFECTIVO	5,157.84 \$	10,315.68 \$	10,315.68 \$	10,315.68 \$	15,473.52 \$	10,710.27 \$	10,710.27 \$	10,315.68 \$	14,354.43 \$	14,354.43 \$	15,473.52 \$	10,315.68 \$	142,600.61 \$
Cuentas por Cobrar													
AÑO 1													
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
ene-13													
feb-13													
mar-13	5,157.84 \$												
abr-13		10,315.68 \$											
may-13			10,315.68 \$										
jun-13				10,315.68 \$									
ago-13					15,473.52 \$								
sep-13						10,710.27 \$							
oct-13							10,710.27 \$						
nov-13								10,315.68 \$					
dic-13									14,354.43 \$				
ene-14										14,354.43 \$			
feb-14											14,354.43 \$		
mar-14												15,473.52 \$	
abr-14													10,315.68 \$
may-14													
jun-14													
SALDO C/C	15,473.52 \$	46,420.56 \$	72,209.76 \$	92,841.12 \$	123,788.16 \$	135,287.61 \$	136,471.38 \$	136,076.79 \$	142,600.61 \$	154,362.27 \$	160,244.61 \$	155,814.27 \$	35,380.38 \$
C/C EFECTIVADA	- \$	- \$	5,157.84 \$	10,315.68 \$	15,473.52 \$	20,631.36 \$	30,947.04 \$	31,341.63 \$	36,499.47 \$	31,341.63 \$	40,538.22 \$	35,380.38 \$	
PAGO INICIAL	5,157.84 \$	10,315.68 \$	10,315.68 \$	10,315.68 \$	15,473.52 \$	10,710.27 \$	10,710.27 \$	10,315.68 \$	14,354.43 \$	14,354.43 \$	15,473.52 \$	10,315.68 \$	

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 2													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	1	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	29
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	3	3	3	3	2	2	4	3	3	27
*DISPENSAS DE SOLTEROS	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	24
*SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													
PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 2													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 16,155.00	\$ 32,310.00	\$ 32,310.00	\$ 48,465.00	\$ 48,465.00	\$ 32,310.00	\$ 48,465.00	\$ 48,465.00	\$ 48,465.00	\$ 32,310.00	\$ 48,465.00	\$ 48,465.00	\$ 468,495.00
*LUNAS DE MIEL	\$ 1,578.36	\$ 3,156.72	\$ 3,156.72	\$ 4,735.08	\$ 4,735.08	\$ 3,156.72	\$ 4,735.08	\$ 4,735.08	\$ 4,735.08	\$ 3,156.72	\$ 4,735.08	\$ 4,735.08	\$ 47,350.80
*DISPENSAS DE SOLTEROS	\$ 2,898.00	\$ 5,796.00	\$ 5,796.00	\$ 8,694.00	\$ 8,694.00	\$ 5,796.00	\$ 8,694.00	\$ 8,694.00	\$ 8,694.00	\$ 5,796.00	\$ 8,694.00	\$ 8,694.00	\$ 86,940.00
GASTO DE COMISION X VENTAS	\$ 20,631.36	\$ 41,262.72	\$ 41,262.72	\$ 61,894.08	\$ 61,894.08	\$ 41,262.72	\$ 61,894.08	\$ 61,894.08	\$ 61,894.08	\$ 41,262.72	\$ 61,894.08	\$ 61,894.08	\$ 618,940.80
PAGO EN EFECTIVO	\$ 5,157.84	\$ 10,315.68	\$ 10,315.68	\$ 15,473.52	\$ 15,473.52	\$ 10,315.68	\$ 15,473.52	\$ 15,473.52	\$ 15,473.52	\$ 10,315.68	\$ 15,473.52	\$ 15,473.52	\$ 154,735.20
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
AÑO 2													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES ANUALMENTE
Jul-13													
ago-13	\$ 10,710.27												
sep-13		\$ 10,315.68											
oct-13			\$ 14,354.43										
nov-13				\$ 14,354.43									
dic-13					\$ 15,473.52								
ene-14						\$ 10,315.68							
feb-14							\$ 10,315.68						
mar-14								\$ 14,354.43					
abr-14									\$ 10,315.68				
may-14										\$ 15,473.52			
jun-14											\$ 10,315.68		
jul-14												\$ 10,710.27	
ago-14													\$ 14,354.43
sep-14													\$ 14,354.43
oct-14													\$ 14,354.43
nov-14													\$ 14,354.43
dic-14													\$ 14,354.43
ene-15													\$ 14,354.43
feb-15													\$ 14,354.43
mar-15													\$ 14,354.43
abr-15													\$ 14,354.43
may-15													\$ 14,354.43
jun-15													\$ 14,354.43
SALDO CXC	\$ 130,746.57	\$ 126,707.82	\$ 122,669.07	\$ 134,103.84	\$ 148,577.36	\$ 155,918.97	\$ 146,787.06	\$ 153,350.88	\$ 159,914.70	\$ 162,439.77	\$ 169,505.88	\$ 162,217.56	\$ 1,622,175.56
CXC EFECTIVIZADA	\$ 40,538.22	\$ 34,985.79	\$ 34,985.79	\$ 34,985.79	\$ 30,947.04	\$ 25,789.20	\$ 41,262.72	\$ 36,099.47	\$ 36,099.47	\$ 40,538.22	\$ 40,538.22	\$ 40,538.22	\$ 394,119.13

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 3													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO												TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE	
MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	1	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	30
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	28
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	25
*SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 3													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO												TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE	
MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 538.50	\$ 16.155,00	\$ 16.155,00	\$ 16.155,00	\$ 32.310,00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 48.465,00	\$ 48.465,00	\$ 32.310,00	\$ 48.465,00	\$ 48.465,00	\$ 484.650,00
*LUNAS DE MIEL	\$ 789,18	\$ 1.578,36	\$ 1.578,36	\$ 1.578,36	\$ 3.156,72	\$ 3.156,72	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 4.735,08	\$ 6.313,44	\$ 4.735,08	\$ 48.929,16
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 382,25	\$ 2.898,00	\$ 2.898,00	\$ 2.898,00	\$ 5.796,00	\$ 5.796,00	\$ 8.694,00	\$ 8.694,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 8.694,00	\$ 5.796,00	\$ 78.246,00
GASTO DE COMISION A VENTAS		\$ 206,31	\$ 412,63	\$ 412,63	\$ 412,63	\$ 825,26	\$ 618,94	\$ 618,94	\$ 618,94	\$ 428,41	\$ 574,18	\$ 428,41	\$ 428,41
TOTAL		\$ 206,31	\$ 412,63	\$ 412,63	\$ 412,63	\$ 825,26	\$ 618,94	\$ 618,94	\$ 618,94	\$ 428,41	\$ 574,18	\$ 428,41	\$ 428,41
PAGO EN EFECTIVO	\$ 5.157,84	\$ 10.315,68	\$ 10.315,68	\$ 10.315,68	\$ 10.315,68	\$ 10.315,68	\$ 15.473,52	\$ 15.473,52	\$ 15.473,52	\$ 10.710,27	\$ 14.354,43	\$ 10.710,27	\$ 19.512,27

CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
AÑO 3													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO												TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE	
MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
Jul-15													
ago-15													
sep-15	\$ 10.710,27												
oct-15	\$ 14.354,43												
nov-15	\$ 10.710,27												
dic-15	\$ 14.354,43												
ene-16	\$ 10.710,27												
feb-16	\$ 14.354,43												
mar-16	\$ 5.157,84												
abr-16	\$ 10.315,68												
may-16	\$ 5.157,84												
jun-16	\$ 10.315,68												
jul-16	\$ 5.157,84												
ago-16	\$ 10.315,68												
sep-16	\$ 10.315,68												
oct-16	\$ 14.354,43												
nov-16	\$ 10.710,27												
dic-16	\$ 14.354,43												
ene-17	\$ 10.315,68												
feb-17	\$ 14.354,43												
mar-17	\$ 5.157,84												
abr-17	\$ 10.315,68												
may-17	\$ 5.157,84												
jun-17	\$ 10.315,68												
SALDO CXC	\$ 136.758,27	\$ 128.286,18	\$ 128.852,84	\$ 134.893,02	\$ 149.971,95	\$ 156.313,56	\$ 157.497,33	\$ 164.061,15	\$ 170.624,97	\$ 188.625,56	\$ 195.680,67	\$ 183.243,51	\$ 183.243,51
CXC EFECTIVIZADA	\$ 40.932,81	\$ 39.419,13	\$ 35.380,38	\$ 35.380,38	\$ 31.341,63	\$ 25.789,20	\$ 30.947,04	\$ 36.499,47	\$ 40.538,22	\$ 40.538,22	\$ 40.538,22	\$ 44.576,97	\$ 44.576,97
PAGO INICIAL	\$ 5.157,84	\$ 10.315,68	\$ 10.315,68	\$ 15.473,52	\$ 15.473,52	\$ 10.710,27	\$ 10.710,27	\$ 14.354,43	\$ 14.354,43	\$ 19.512,27	\$ 15.868,11	\$ 10.710,27	\$ 10.710,27

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 5													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
MES													
*BODAS	2	3	3	2	2	3	2	4	3	4	2	2	32
*LUNAS DE MIEL	2	3	2	3	2	4	3	3	2	3	3	3	30
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	27
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													
PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 5													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
MES													
*BODAS	\$ 16,155.00	\$ 48,465.00	\$ 48,465.00	\$ 32,310.00	\$ 32,310.00	\$ 48,465.00	\$ 48,465.00	\$ 64,620.00	\$ 48,465.00	\$ 64,620.00	\$ 32,310.00	\$ 32,310.00	\$ 516,960.00
*LUNAS DE MIEL	\$ 1,578.36	\$ 4,735.08	\$ 4,735.08	\$ 3,156.72	\$ 3,156.72	\$ 4,735.08	\$ 4,735.08	\$ 6,313.44	\$ 4,735.08	\$ 6,313.44	\$ 4,735.08	\$ 4,735.08	\$ 52,085.68
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 2,896.00	\$ 8,694.00	\$ 8,694.00	\$ 5,796.00	\$ 5,796.00	\$ 8,694.00	\$ 8,694.00	\$ 11,454.77	\$ 8,694.00	\$ 11,454.77	\$ 8,694.00	\$ 8,694.00	\$ 103,878.88
GASTO DE COMISION X VENTAS	\$ 383.65	\$ 618.94	\$ 618.94	\$ 416.11	\$ 416.11	\$ 618.94	\$ 618.94	\$ 825.22	\$ 618.94	\$ 825.22	\$ 618.94	\$ 618.94	\$ 7,428.41
TOTAL	\$ 20,913.01	\$ 61,917.92	\$ 61,917.92	\$ 42,895.15	\$ 42,895.15	\$ 62,677.96	\$ 62,677.96	\$ 85,223.43	\$ 62,677.96	\$ 85,223.43	\$ 46,217.02	\$ 46,217.02	\$ 683,352.57
PAGO EN EFECTIVO													
CUENTAS POR COBRAR													
AÑO 5													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
MES													
jul-18													
ago-18													
sep-18	\$ 10,710.27												
oct-18	\$ 19,512.27												
nov-18	\$ 10,710.27		\$ 14,354.43										
dic-18	\$ 19,512.27		\$ 14,354.43										
ene-19	\$ 10,710.27		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11								
feb-19	\$ 19,512.27		\$ 19,512.27		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
mar-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
abr-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
may-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
jun-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
jul-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
ago-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
sep-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
oct-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
nov-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
dic-19	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
ene-20	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
feb-20	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
mar-20	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
abr-20	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
may-20	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
jun-20	\$ 9,591.18		\$ 14,354.43		\$ 15,868.11	\$ 10,710.27							
SALDO CXC	\$ 208,372.89	\$ 224,570.91	\$ 227,820.48	\$ 230,783.16	\$ 229,247.82	\$ 240,943.86	\$ 247,088.88	\$ 262,849.29	\$ 269,807.70	\$ 281,529.36	\$ 277,555.29	\$ 254,793.45	\$ 3,156,720.00
CXC EFECTIVIZADA	\$ 49,734.81	\$ 30,222.54	\$ 39,813.72	\$ 31,341.63	\$ 34,655.08	\$ 26,908.29	\$ 34,985.79	\$ 42,776.40	\$ 36,104.88	\$ 46,815.15	\$ 36,104.88	\$ 54,892.65	\$ 548,912.27
PAGO INICIAL	\$ 9,591.18	\$ 15,473.52	\$ 14,354.43	\$ 11,494.77	\$ 11,040.18	\$ 15,868.11	\$ 10,710.27	\$ 19,512.27	\$ 14,354.43	\$ 19,512.27	\$ 10,710.27	\$ 10,710.27	\$ 143,544.30

6.2.10 CUENTAS POR PAGAR A PROVEEDORES

Para calcular las cuentas por pagar a proveedores se utilizaron las proyecciones de ventas que tienen el costo de los paquetes y en bases a esos valores de unidades de venta por paquetes vendidos se calcularon las cuentas por pagar a proveedores. De esto se realizó un cálculo dividido en 4 cuotas del 25% de pago cada una para obtener los pagos anticipados según los eventos realizados cada mes, aproximando que cada evento se lo programará con 6 meses de anticipación y se pagará cada dos meses.

En el primer año y los siguientes se calculó de la siguiente manera, para obtener el saldo se sumaron los primeros pagos anticipados de cuentas por pagar a proveedores durante el mes de enero, en el cuadro de cuentas por cobrar efectivizadas se comienza desde cero reflejando que esos valores todavía no se efectivizaron, pero cuentan como cobrados y pagados, en la celda de pago inicial se lo calculó tomando el primer pago del mes. Para el segundo mes se hace lo mismo solo que se resta en el rubro de cuentas por pagar efectivizadas, el saldo que ya fue pagado el mes anterior y así se realizan todos los cálculos por mes hasta completar el año 2013.

Para obtener los valores pagados en el segundo año, se toman los valores a partir de septiembre del 2013 de todos los pagos ya efectivizados hasta junio del 2014 y se comienza los otros cálculos a partir de julio, eso se realiza durante todos los años, los cálculos fueron realizados mensual y anualmente.

Tabla 66. Cuentas por pagar a proveedores

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 1 (2013)													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
MES													
*BODAS	1	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	27
*LUJAS DE MIEL	1	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	25
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	2	2	2	3	2	2	2	2	3	3	2	23
*SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													
PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 1													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
MES													
*BODAS	\$ 538,50	\$ 16,155,00	\$ 12,116,25	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 36,348,75	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 327,138,75
*LUJAS DE MIEL	\$ 788,18	\$ 1,576,36	\$ 1,183,77	\$ 2,367,54	\$ 2,367,54	\$ 2,367,54	\$ 2,367,54	\$ 3,551,31	\$ 3,551,31	\$ 3,551,31	\$ 2,367,54	\$ 2,367,54	\$ 31,861,79
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 362,25	\$ 2,898,00	\$ 2,173,50	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 6,520,50	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 54,337,50
TOTAL	\$ 20,631,36	\$ 15,473,52	\$ 30,947,04	\$ 30,947,04	\$ 30,947,04	\$ 30,947,04	\$ 32,130,81	\$ 32,130,81	\$ 46,420,56	\$ 30,947,04	\$ 30,947,04	\$ 43,063,29	\$ 413,688,04
GASTO DE COMISION X VENTAS													
PAGO EN EFECTIVO													
	\$ 3,868,38	\$ 7,736,76	\$ 7,736,76	\$ 7,736,76	\$ 7,736,76	\$ 7,736,76	\$ 8,032,70	\$ 8,032,70	\$ 11,605,14	\$ 7,736,76	\$ 7,736,76	\$ 10,765,82	\$ 116,051,40
CUENTAS POR PAGAR													
AÑO 1													
MES	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
MES													
ene-13													
feb-13													
mar-13	\$ 3,868,38												
abr-13	\$ 7,736,76												
may-13	\$ 3,868,38												
jun-13	\$ 7,736,76												
jul-13	\$ 3,868,38												
ago-13	\$ 7,736,76												
sep-13	\$ 7,736,76												
oct-13	\$ 7,736,76												
nov-13	\$ 11,605,14												
dic-13	\$ 8,032,70												
ene-14													
feb-14													
mar-14													
abr-14													
may-14													
jun-14													
SALDO C/P	\$ 11,605,14	\$ 34,815,42	\$ 54,157,32	\$ 69,630,84	\$ 92,841,12	\$ 101,465,71	\$ 102,333,54	\$ 102,057,59	\$ 106,980,46	\$ 115,711,70	\$ 120,183,46	\$ 116,858,45	\$ 1,160,514,00
C/P EFECTIVIZADA	\$ -	\$ -	\$ 3,868,38	\$ 7,736,76	\$ 11,605,14	\$ 15,473,52	\$ 23,210,28	\$ 23,506,22	\$ 27,374,60	\$ 23,506,22	\$ 30,409,67	\$ 26,535,29	\$ 318,688,04
PAGO INICIAL	\$ 3,868,38	\$ 7,736,76	\$ 7,736,76	\$ 7,736,76	\$ 11,605,14	\$ 8,032,70	\$ 8,032,70	\$ 7,736,76	\$ 10,765,82	\$ 11,605,14	\$ 11,605,14	\$ 10,765,82	\$ 116,051,40

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 2													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
MES	1	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	29
*BODAS	1	2	2	3	3	3	3	2	2	2	4	3	27
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	24
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS													80
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													
PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 2													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
MES	15,473.52	30,947.04	30,947.04	46,420.56	46,420.56	32,130.81	32,130.81	43,063.29	43,063.29	47,604.33	47,604.33	32,130.81	443,385.35
*BODAS	15,473.52	30,947.04	30,947.04	46,420.56	46,420.56	32,130.81	32,130.81	43,063.29	43,063.29	47,604.33	47,604.33	32,130.81	443,385.35
*LUNAS DE MIEL	1,183.77	2,367.54	2,367.54	3,551.31	3,551.31	2,367.54	2,367.54	2,957.54	2,957.54	3,551.31	3,551.31	2,367.54	35,513.10
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	2,173.50	4,347.00	4,347.00	6,520.50	6,520.50	4,347.00	4,347.00	5,205.50	5,205.50	6,520.50	6,520.50	4,347.00	56,511.00
TOTAL	15,473.52	30,947.04	30,947.04	46,420.56	46,420.56	32,130.81	32,130.81	43,063.29	43,063.29	47,604.33	47,604.33	32,130.81	443,385.35
PAGO EN EFECTIVO	3,888.38	7,736.76	7,736.76	11,605.14	11,605.14	7,736.76	7,736.76	9,032.70	9,032.70	10,765.82	10,765.82	7,736.76	119,901.08

CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
AÑO 2													
PRODUCTO	CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
MES	15,473.52	30,947.04	30,947.04	46,420.56	46,420.56	32,130.81	32,130.81	43,063.29	43,063.29	47,604.33	47,604.33	32,130.81	443,385.35
*BODAS	15,473.52	30,947.04	30,947.04	46,420.56	46,420.56	32,130.81	32,130.81	43,063.29	43,063.29	47,604.33	47,604.33	32,130.81	443,385.35
*LUNAS DE MIEL	1,183.77	2,367.54	2,367.54	3,551.31	3,551.31	2,367.54	2,367.54	2,957.54	2,957.54	3,551.31	3,551.31	2,367.54	35,513.10
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	2,173.50	4,347.00	4,347.00	6,520.50	6,520.50	4,347.00	4,347.00	5,205.50	5,205.50	6,520.50	6,520.50	4,347.00	56,511.00
TOTAL	15,473.52	30,947.04	30,947.04	46,420.56	46,420.56	32,130.81	32,130.81	43,063.29	43,063.29	47,604.33	47,604.33	32,130.81	443,385.35
PAGO EN EFECTIVO	3,888.38	7,736.76	7,736.76	11,605.14	11,605.14	7,736.76	7,736.76	9,032.70	9,032.70	10,765.82	10,765.82	7,736.76	119,901.08

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 3													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE												
MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
*BODAS	1	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	2	30
*LUNAS DE MIEL	1	2	2	3	3	3	3	2	2	3	4	3	28
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	25
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													

PROYECCIONES DE VENTAS												
AÑO 3												
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS												
PRODUCTO	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE											
MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
*BODAS	\$ 538.50	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00	\$ 1,165.00
*LUNAS DE MIEL	\$ 789.18	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36	\$ 1,578.36
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 382.25	\$ 764.50	\$ 764.50	\$ 764.50	\$ 764.50	\$ 764.50	\$ 764.50	\$ 764.50	\$ 764.50	\$ 764.50	\$ 764.50	\$ 764.50
TOTAL	\$ 1,709.93	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86
PAGO EN EFECTIVO	\$ 1,709.93	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86	\$ 3,517.86

CUENTAS POR PAGAR												
AÑO 3												
PRODUCTO	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE											
MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Jul-15												
ago-15	\$ 8,032.70											
sep-15	\$ 10,765.82											
oct-15	\$ 10,765.82											
nov-15	\$ 10,765.82											
dic-15	\$ 10,765.82											
ene-16	\$ 10,765.82											
feb-16	\$ 10,765.82											
mar-16	\$ 7,736.76											
abr-16	\$ 7,736.76											
may-16	\$ 7,736.76											
jun-16	\$ 7,736.76											
jul-16	\$ 7,736.76											
ago-16	\$ 7,736.76											
sep-16	\$ 7,736.76											
oct-16	\$ 7,736.76											
nov-16	\$ 7,736.76											
dic-16	\$ 7,736.76											
ene-17	\$ 7,736.76											
feb-17	\$ 7,736.76											
mar-17	\$ 7,736.76											
abr-17	\$ 7,736.76											
may-17	\$ 7,736.76											
jun-17	\$ 7,736.76											
SALDO CXC	\$ 103,903.96	\$ 96,214.64	\$ 85,992.19	\$ 90,405.94	\$ 94,151.70	\$ 99,571.91	\$ 99,427.03	\$ 97,349.90	\$ 102,272.76	\$ 115,771.70	\$ 121,071.29	\$ 111,736.67
CXC EFECTIVIZADA	\$ 29,564.35	\$ 30,699.61	\$ 33,432.73	\$ 30,403.67	\$ 31,242.98	\$ 19,341.90	\$ 31,242.98	\$ 27,374.60	\$ 27,374.60	\$ 30,403.67	\$ 30,403.67	\$ 33,432.73
PAGO INICIAL PROV.	\$ 3,868.38	\$ 7,736.76	\$ 7,736.76	\$ 11,605.14	\$ 11,605.14	\$ 11,605.14	\$ 8,032.70	\$ 8,032.70	\$ 10,765.82	\$ 14,634.20	\$ 11,901.08	\$ 8,032.70

PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 4													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
*BODAS	2	2	2	2	2	2	2	4	3	4	3	2	31
*LUNAS DE MIEL	1	2	3	2	3	3	3	3	2	3	4	3	29
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	1	1	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	26
* SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													
PROYECCIONES DE VENTAS													
AÑO 4													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
*BODAS	\$ 538,50	\$ 24,232,50	\$ 36,346,75	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 24,232,50	\$ 36,346,75	\$ 48,465,00	\$ 36,346,75	\$ 24,232,50	\$ 375,603,75
*LUNAS DE MIEL	\$ 786,18	\$ 1,183,77	\$ 1,578,36	\$ 1,183,77	\$ 2,367,54	\$ 3,551,31	\$ 2,367,54	\$ 3,551,31	\$ 2,367,54	\$ 3,551,31	\$ 4,735,08	\$ 3,551,31	\$ 37,880,64
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 362,25	\$ 2,173,50	\$ 2,898,00	\$ 2,173,50	\$ 2,173,50	\$ 6,520,50	\$ 6,520,50	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 4,347,00	\$ 6,520,50	\$ 4,347,00	\$ 60,858,00
GASTO DE COMISION X VENTAS	\$ 27,589,77	\$ 28,773,54	\$ 46,420,56	\$ 33,120,54	\$ 34,304,31	\$ 32,130,81	\$ 32,130,81	\$ 32,130,81	\$ 43,063,29	\$ 58,536,81	\$ 47,604,33	\$ 32,130,81	\$ 474,342,39
PAGO EN EFECTIVO	\$ 6,897,44	\$ 7,193,39	\$ 11,605,14	\$ 8,280,14	\$ 8,576,08	\$ 8,032,70	\$ 8,032,70	\$ 8,032,70	\$ 10,765,82	\$ 14,634,20	\$ 11,901,08	\$ 8,032,70	\$ 146,304,65
CUENTAS POR COBRAR													
AÑO 4													
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
jul-15													
ago-15	\$ 8,032,70												
sep-15		\$ 10,765,82											
oct-15			\$ 10,765,82										
nov-15				\$ 14,634,20									
dic-15					\$ 11,901,08								
ene-16						\$ 8,032,70							
feb-16							\$ 14,634,20						
mar-16								\$ 11,901,08					
abr-16									\$ 8,032,70				
may-16										\$ 11,901,08			
jun-16											\$ 8,032,70		
jul-16												\$ 8,032,70	
ago-16													\$ 14,634,20
sep-16													
oct-16													
nov-16													
dic-16													
ene-17													
feb-17													
mar-17													
abr-17													
may-17													
jun-17													
SALDO CIC	\$ 98,996,27	\$ 97,909,52	\$ 103,160,59	\$ 108,906,53	\$ 108,099,47	\$ 116,724,06	\$ 113,743,51	\$ 134,139,89	\$ 138,223,44	\$ 151,179,01	\$ 159,507,65	\$ 146,304,65	\$ 1,463,046,65
CX EFECTIVIZADA	\$ 33,432,73	\$ 22,666,91	\$ 29,564,35	\$ 19,094,47	\$ 26,535,29	\$ 15,473,52	\$ 27,078,66	\$ 29,506,22	\$ 28,213,92	\$ 30,947,04	\$ 27,374,60	\$ 37,301,11	\$ 373,011,11
PAGO INICIAL PROV.	\$ 6,897,44	\$ 7,193,39	\$ 11,605,14	\$ 8,280,14	\$ 8,576,08	\$ 8,032,70	\$ 8,032,70	\$ 8,032,70	\$ 10,765,82	\$ 14,634,20	\$ 11,901,08	\$ 8,032,70	\$ 146,304,65

PROYECCIONES DE VENTAS AÑO 5													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL PAQUETES VENDIDOS ANUALMENTE
MES	2	3	3	2	2	3	2	4	3	4	2	2	32
*BODAS	2	3	2	3	2	4	3	3	2	3	3	3	30
*LUNAS DE MIEL	1	3	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	27
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS													89
*SON UNIDADES DE VENTA POR PAQUETES VENDIDOS EN GRUPOS													
PROYECCIONES DE VENTAS AÑO 5													
CANTIDAD DE EVENTOS VENDIDOS													
PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL VENTAS POR PAQUETES ANUALMENTE
MES	\$ 538.50	\$ 788.18	\$ 1.157.36	\$ 2.423.50	\$ 3.348.75	\$ 3.348.75	\$ 3.348.75	\$ 2.367.54	\$ 2.367.54	\$ 2.367.54	\$ 2.367.54	\$ 2.367.54	\$ 24.232.50
*LUNAS DE MIEL	\$ 16.155.00	\$ 1.578.36	\$ 2.898.00	\$ 2.173.50	\$ 4.347.00	\$ 4.347.00	\$ 4.347.00	\$ 4.347.00	\$ 4.347.00	\$ 4.347.00	\$ 4.347.00	\$ 4.347.00	\$ 48.465.00
*DESPEDIDAS DE SOLTEROS	\$ 287.74	\$ 464.21	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 430.63	\$ 4.347.00
GASTO DE COMISION Y VENTAS	\$ 287.735.54	\$ 46.420.56	\$ 43.063.29	\$ 34.304.31	\$ 33.120.54	\$ 47.604.33	\$ 47.604.33	\$ 32.130.81	\$ 58.536.81	\$ 43.063.29	\$ 58.536.81	\$ 32.130.81	\$ 32.130.81
PAGO EN EFECTIVO	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70	\$ 8.032.70	\$ 14.634.20	\$ 10.765.82	\$ 14.634.20	\$ 8.032.70	\$ 8.032.70

CUENTAS POR COBRAR AÑO 5												
MES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Jul-18												
ago-18												
sep-18	\$ 8.032.70											
oct-18	\$ 8.032.70	\$ 14.634.20										
dic-18	\$ 8.032.70	\$ 10.765.82										
ene-19	\$ 8.032.70	\$ 10.765.82	\$ 14.634.20									
Feb-19	\$ 7.193.39	\$ 14.634.20	\$ 14.634.20	\$ 14.634.20	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70						
mar-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 14.634.20	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70						
abr-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
may-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
Jun-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
Jul-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
ago-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
sep-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
oct-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
nov-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
dic-19	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
ene-20	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
Feb-20	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
mar-20	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
abr-20	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
may-20	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
Jun-20	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70					
SALDO CXK	\$ 130.583.70	\$ 142.732.22	\$ 145.169.39	\$ 147.391.40	\$ 146.239.90	\$ 161.761.93	\$ 159.620.69	\$ 171.441.00	\$ 176.659.81	\$ 185.451.05	\$ 182.470.50	\$ 165.399.12
CXC EFECTIVIZADA	\$ 37.301.11	\$ 22.665.91	\$ 29.860.29	\$ 23.906.22	\$ 25.991.91	\$ 20.181.22	\$ 26.239.34	\$ 32.082.30	\$ 27.078.66	\$ 35.111.36	\$ 27.078.66	\$ 41.169.49
PAGO INICIAL PROV.	\$ 7.193.39	\$ 11.605.14	\$ 10.765.82	\$ 8.576.08	\$ 8.280.14	\$ 11.901.08	\$ 8.032.70	\$ 14.634.20	\$ 10.765.82	\$ 14.634.20	\$ 8.032.70	\$ 8.032.70

6.2. 11 FUENTES DE INGRESOS

Todas las fuentes de ingreso son a partir de las proyecciones de ventas mensuales y anuales en base a la promoción del producto por medio de la página web, publicidad y promoción.

6.2.12 ESTADO DE RESULTADOS DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Este cuadro refleja si existen utilidades partiendo de las ventas obtenidas dentro de la empresa o si la empresa trabaja a pérdida. Para obtener el resultado de utilidad neta se tuvo que restar los valores de resultado antes de impuestos menos el impuesto a la renta del 25% y la participación laboral del 15% para observar si el resultado de la utilidad es un valor negativo o positivo. Dentro de la tabla se refleja según las ventas que los eventos incrementan durante cada año, por lo que las ventas anuales incrementan los ingresos. En base a estos resultados se puede determinar que el proyecto y la creación de la empresa son rentables ya que no se obtienen valores negativos y el porcentaje de ingresos es favorable.

En el siguiente cuadro se podrá ver el estado de resultados de los cinco años de la empresa BODAS & EVENTOS en LA MITAD DEL MUNDO.

Tabla 67. Estado de pérdidas y ganancias por años

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS ESCENARIO NORMAL BODAS & EVENTOS en la Mitad del Mundo												
Parametro	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	jul-13	ago-13	sep-13	oct-13	nov-13	dic-13
TOTAL INGRESOS	2.500	41.263	41.263	41.263	61.894	42.841	42.841	57.418	57.418	57.418	63.472	42.841
Ingresos por Ventas BODAS	16.155	32.310	32.310	32.310	48.465	32.310	32.310	48.465	48.465	48.465	48.465	32.310
Ingresos por Ventas Lunas de Miel	1.578	3.157	3.157	3.157	4.735	4.735	4.735	3.157	3.157	3.157	6.313	4.735
Ingresos por Ventas Despedidas	2.898	5.796	5.796	5.796	8.694	5.796	5.796	5.796	5.796	5.796	8.694	5.796
(-) Devoluciones en Ventas												
Otros Ingresos Operacionales												
(-) TOTAL COSTOS DE VENTA	16.885	32.358	32.358	32.358	47.832	33.542	33.542	44.474	44.474	44.474	49.015	33.542
% Ingresos	81,8%	78,4%	78,4%	78,4%	77,3%	78,3%	78,3%	77,5%	77,5%	77,5%	77,2%	78,3%
Costo de los Paquetes	15.474	30.947	30.947	30.947	46.421	32.131	32.131	43.063	43.063	43.063	47.604	32.131
costo paquetes bodas	12.116	24.233	24.233	24.233	36.349	24.233	24.233	36.349	36.349	36.349	36.349	24.233
costo paquetes lunas de miel	1.184	2.368	2.368	2.368	3.551	3.551	3.551	2.368	2.368	2.368	4.735	3.551
costo paquetes despedidas	2.174	4.347	4.347	4.347	6.521	4.347	4.347	4.347	4.347	4.347	6.521	4.347
Costo Honorarios Operativos	1.411	1.411	1.411	1.411	1.411	1.411	1.411	1.411	1.411	1.411	1.411	1.411
Coordinador en el sector eventos	768	768	768	768	768	768	768	768	768	768	768	768
Coordinador de operaciones y sistemas	643	643	643	643	643	643	643	643	643	643	643	643
UTILIDAD BRUTA	2.500	3.747	8.905	8.905	14.062	9.299	9.299	12.943	12.943	12.943	14.457	9.299
% Ingresos	100%	18%	22%	22%	23%	22%	22%	23%	23%	23%	23%	22%
(-) TOTAL GASTOS OPERATIVOS	5.468	5.674	5.674	5.674	5.880	5.690	5.690	5.836	5.836	5.836	5.896	5.690
% Ingresos	0,0%	26,5%	13,8%	13,8%	9,5%	13,3%	13,3%	10,2%	10,2%	10,2%	9,3%	13,3%
Gasto Nómina Administrativa	0	2.448	2.448	2.448	2.448	2.448	2.448	2.448	2.448	2.448	2.448	2.448
Gasto Nómina Gerente General	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080
Gasto Nómina Receptionista	456	456	456	456	456	456	456	456	456	456	456	456
Gasto Nómina Técnico en sistemas	456	456	456	456	456	456	456	456	456	456	456	456
Contador	456	456	456	456	456	456	456	456	456	456	456	456
Administrador de la agencia de viajes	868	868	868	868	868	868	868	868	868	868	868	868
Gasto Nómina Comercial	0	643	643	643	643	643	643	643	643	643	643	643
Gasto Nómina Coordinador de marketing y ventas	643	643	643	643	643	643	643	643	643	643	643	643
Gasto Comisiones por Ventas	206	413	413	413	619	428	428	574	574	574	635	428
Gasto Comisiones por ventas	206	413	413	413	619	428	428	574	574	574	635	428

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS ESCENARIO NORMAL												
BODAS & EVENTOS en la Mitad del Mundo												
	ene-14	feb-14	mar-14	abr-14	may-14	jun-14	jul-14	ago-14	sep-14	oct-14	nov-14	dic-14
TOTAL INGRESOS	20.631	41.263	41.263	61.894	61.894	42.841	42.841	57.418	57.418	57.418	63.472	42.841
Ingresos por Ventas BODAS	16.155	32.310	32.310	48.465	48.465	32.310	32.310	48.465	48.465	48.465	48.465	32.310
Ingresos por Ventas Lunas de Miel	1.578	3.157	3.157	4.735	4.735	4.735	4.735	3.157	3.157	3.157	6.313	4.735
Ingresos por Ventas Despedidas	2.898	5.796	5.796	8.694	8.694	5.796	5.796	5.796	5.796	5.796	8.694	5.796
(-) Devoluciones en Ventas												
Otros Ingresos Operacionales												
(-) TOTAL COSTOS DE VENTA	16.976	32.450	32.450	47.923	47.923	33.634	33.634	44.566	44.566	44.566	49.107	33.634
% Ingresos	82,3%	78,6%	78,6%	77,4%	77,4%	78,5%	78,5%	77,6%	77,6%	77,6%	77,4%	78,5%
Costo de los Paquetes	15.474	30.947	30.947	46.421	46.421	32.131	32.131	43.063	43.063	43.063	47.604	32.131
costo paquetes bodas	12.116	24.233	24.233	36.349	36.349	24.233	24.233	36.349	36.349	36.349	36.349	24.233
costo paquetes lunas de miel	1.184	2.368	2.368	3.551	3.551	3.551	3.551	2.368	2.368	2.368	4.735	3.551
costo paquetes despedidas	2.174	4.347	4.347	6.521	6.521	4.347	4.347	4.347	4.347	4.347	6.521	4.347
Costo Honorarios Operativos	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503
Coordinador en el sector eventos	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818
Coordinador de operaciones y sistemas	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
UTILIDAD BRUTA	3.655	8.813	8.813	13.971	13.971	9.207	9.207	12.852	12.852	12.852	14.365	9.207
% Ingresos	17,7%	21,4%	21,4%	22,6%	22,6%	21,5%	21,5%	22,4%	22,4%	22,4%	22,6%	21,5%
(-) TOTAL GASTOS OPERATIVOS	5.668	5.874	5.874	6.080	6.080	5.890	5.890	6.036	6.036	6.036	6.096	5.890
% Ingresos	27,5%	14,2%	14,2%	9,8%	9,8%	13,7%	13,7%	10,5%	10,5%	10,5%	9,6%	13,7%
Gasto Nómina Administrativa	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607
Gasto Nómina Gerente General	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150
Gasto Nómina Receptionista	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Gasto Nómina Técnico en sistemas	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Contador	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Administrador de la agencia de viajes	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924
Gasto Nómina Comercial	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
Gasto Nómina Coordinador de marketing y ventas	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
Gasto Comisiones por Ventas	206	413	413	619	619	428	428	574	574	574	635	428
Gasto Comisiones por ventas	206	413	413	619	619	428	428	574	574	574	635	428

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS ESCENARIO NORMAL												
BODAS & EVENTOS en la Mitad del Mundo												
	ene-15	feb-15	mar-15	abr-15	may-15	jun-15	jul-15	ago-15	sep-15	oct-15	nov-15	dic-15
TOTAL INGRESOS	20.632	41.263	41.263	61.894	61.894	42.841	42.841	57.418	57.418	78.049	63.472	42.841
Ingresos por Ventas BODAS	16.156	32.310	32.310	48.465	48.465	32.310	32.310	48.465	48.465	64.620	48.465	32.310
Ingresos por Ventas Lunas de Miel	1.578	3.157	3.157	4.735	4.735	4.735	4.735	3.157	3.157	4.735	6.313	4.735
Ingresos por Ventas Despedidas	2.898	5.796	5.796	8.694	8.694	5.796	5.796	5.796	5.796	8.694	8.694	5.796
(-) Devoluciones en Ventas												
Otros Ingresos Operacionales												0
(-) TOTAL COSTOS DE VENTA	16.976	32.450	32.450	47.923	47.923	33.634	33.634	44.566	44.566	60.040	49.107	33.634
% Ingresos	82,3%	78,6%	78,6%	77,4%	77,4%	78,5%	78,5%	77,6%	77,6%	76,9%	77,4%	78,5%
Costo de los Paquetes	15.474	30.947	30.947	46.421	46.421	32.131	32.131	43.063	43.063	58.537	47.604	32.131
costo paquetes bodas	12.116	24.233	24.233	36.349	36.349	24.233	24.233	36.349	36.349	48.465	36.349	24.233
costo paquetes lunas de miel	1.184	2.368	2.368	3.551	3.551	3.551	3.551	2.368	2.368	3.551	4.735	3.551
costo paquetes despedidas	2.174	4.347	4.347	6.521	6.521	4.347	4.347	4.347	4.347	6.521	6.521	4.347
Costo Honorarios Operativos	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503
Coordinador en el sector eventos	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818
Coordinador de operaciones y sistemas	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
UTILIDAD BRUTA	3.656	8.813	8.813	13.971	13.971	9.207	9.207	12.852	12.852	18.009	14.365	9.207
% Ingresos	17,7%	21,4%	21,4%	22,6%	22,6%	21,5%	21,5%	22,4%	22,4%	23,1%	22,6%	21,5%
(-) TOTAL GASTOS OPERATIVOS	5.668	5.874	5.874	6.080	6.080	5.890	5.890	6.036	6.036	6.242	6.096	5.890
% Ingresos	27,5%	14,2%	14,2%	9,8%	9,8%	13,7%	13,7%	10,5%	10,5%	8,0%	9,6%	13,7%
Gasto Nómina Administrativa	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607
Gasto Nómina Gerente General	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150
Gasto Nómina Recepcionista	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Gasto Nómina Técnico en sistemas	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Contador	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Administrador de la agencia de viajes	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924
Gasto Nómina Comercial	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
Gasto Nómina Coordinador de marketing y ventas	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
Gasto Comisiones por Ventas	206	413	413	619	619	428	428	574	574	780	635	428
Gasto Comisiones por ventas	206	413	413	619	619	428	428	574	574	780	635	428

	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220
Gastos Administrativos	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220
Arriendo Oficinas (30m)	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Telefonía Fija y Móvil	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405
Servicio de Internet	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Suministros de oficina y cafetería	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Servicio eléctrico y agua potable	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Otros Gastos Indirectos menores	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Gastos de Publicidad	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950
Eventos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Marketing BTL	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
Marketing Digital	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consultoría y Gastos Legales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD OPERATIVA (antes de depreciaciones, amortizaciones e	-2.012	2.939	2.939	7.890	7.890	3.318	3.318	6.816	6.816	11.767	8.269	8.269	3.318	7,7%
	-9,8%	7,1%	7,1%	12,7%	12,7%	7,7%	7,7%	11,9%	11,9%	15,1%	13,0%	13,0%	7,7%	
(-) Depreciaciones	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376
Depreciaciones equipos computación	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92
Depreciaciones Muebles y Enseres	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83
Depreciación Utensilios de Cocina	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33
(-)Amortización Gastos Preoperacionales	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213
UTILIDAD OPERATIVA	-2.601	2.349	2.349	7.301	7.301	2.728	2.728	6.227	6.227	11.178	7.680	7.680	2.728	
% Ingresos	-12,6%	5,7%	5,7%	11,8%	11,8%	6,4%	6,4%	10,8%	10,8%	14,3%	12,1%	12,1%	6,4%	
(+) Otros Ingresos (Financieros)														
(-) Otros egresos (Gasto Financiero)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Resultado antes de impuestos	-2.601	2.349	2.349	7.301	7.301	2.728	2.728	6.227	6.227	11.178	7.680	7.680	2.728	
% Ingresos	-12,6%	5,7%	5,7%	11,8%	11,8%	6,4%	6,4%	10,8%	10,8%	14,3%	12,1%	12,1%	6,4%	
(-) Impuesto Renta 25%														
(-) Participación Laboral 15%														
Resultado Neto	-2.601	2.349	2.349	7.301	7.301	2.728	2.728	6.227	6.227	11.178	7.680	7.680	2.728	
% Ingresos	-12,6%	5,7%	5,7%	11,8%	11,8%	6,4%	6,4%	10,8%	10,8%	14,3%	12,1%	12,1%	6,4%	

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS ESCENARIO NORMAL												
BODAS & EVENTOS en la Mitad del Mundo												
	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16
TOTAL INGRESOS	36.786	38.365	61.894	44.161	45.739	42.841	42.841	78.049	57.418	78.049	63.472	42.841
Ingresos por Ventas BODAS	32.310	32.310	48.465	32.310	32.310	32.310	32.310	64.620	48.465	64.620	48.465	32.310
Ingresos por Ventas Lunas de Miel	1.578	3.157	4.735	3.157	4.735	4.735	4.735	4.735	3.157	4.735	6.313	4.735
Ingresos por Ventas Despedidas	2.898	2.898	8.694	8.694	8.694	5.796	5.796	8.694	5.796	8.694	8.694	5.796
(-) Devoluciones en Ventas												
Otros Ingresos Operacionales												
(-) TOTAL COSTOS DE VENTA	29.093	30.276	47.923	34.623	35.807	33.634	33.634	60.040	44.566	60.040	49.107	33.634
% Ingresos	79,1%	78,9%	77,4%	78,4%	78,3%	78,5%	78,5%	76,9%	77,6%	76,9%	77,4%	78,5%
Costo de los Paquetes	27.590	28.774	46.421	33.121	34.304	32.131	32.131	58.537	43.063	58.537	47.604	32.131
costo paquetes bodas	24.233	24.233	36.349	24.233	24.233	24.233	24.233	48.465	36.349	48.465	36.349	24.233
costo paquetes lunas de miel	1.184	2.368	3.551	2.368	3.551	3.551	3.551	2.368	3.551	2.368	4.735	3.551
costo paquetes despedidas	2.174	2.174	6.521	6.521	6.521	4.347	4.347	6.521	4.347	6.521	6.521	4.347
Costo Honorarios Operativos	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503
Coordinador en el sector eventos	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818
Coordinador de operaciones y sistemas	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
UTILIDAD BRUTA	7.694	8.088	13.971	9.537	9.932	9.207	9.207	18.009	12.852	18.009	14.365	9.207
% Ingresos	20,9%	21,1%	22,6%	21,6%	21,7%	21,5%	21,5%	23,1%	22,4%	23,1%	22,6%	21,5%
(-) TOTAL GASTOS OPERATIVOS	5.829	5.845	6.080	5.903	5.919	5.890	5.890	6.242	6.036	6.242	6.096	5.890
% Ingresos	15,8%	15,2%	9,8%	13,4%	12,9%	13,7%	13,7%	8,0%	10,5%	8,0%	9,6%	13,7%
Gasto Nómina Administrativa	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607
Gasto Nómina Gerente General	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150
Gasto Nómina Recepcionista	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Gasto Nómina Técnico en sistemas	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Contador	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Administrador de la agencia de viajes	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924
Gasto Nómina Comercial	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
Gasto Nómina Coordinador de marketing y ventas	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
Gasto Comisiones por Ventas	368	384	619	442	457	428	428	780	574	780	635	428
Gasto Comisiones por ventas	368	384	619	442	457	428	428	780	574	780	635	428

	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220
Gastos Administrativos															
Arriendo Oficinas (30m)	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Telefonía Fija y Móvil	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405
Servicio de Internet	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Suministros de oficina y cafetería	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Servicio eléctrico y agua potable	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Otros Gastos Indirectos menores	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Gastos de Publicidad															
Eventos	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950
Marketing BTL	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Marketing Digital	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consultoría y Gastos Legales															
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD OPERATIVA (antes de depreciaciones, amortizaciones e	1.864	2.243	7.890	3.634	4.013	3.318	11.767	6.816	11.767	8.269	11.767	8.269	11.767	8.269	3.318
	5,1%	5,8%	12,7%	8,2%	8,8%	7,7%	15,1%	11,9%	15,1%	13,0%	15,1%	13,0%	15,1%	13,0%	7,7%
(-) Depreciaciones	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376
Depreciaciones equipos computación	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92
Depreciaciones Muebles y Enseres	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83
Depreciación Utensilios de Cocina	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33
(-)Amortización Gastos Preoperacionales	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213
UTILIDAD OPERATIVA	1.275	1.654	7.301	3.045	3.424	2.728	11.178	6.227	11.178	7.680	11.178	7.680	11.178	7.680	2.728
% Ingresos	3,5%	4,3%	11,8%	6,9%	7,5%	6,4%	14,3%	10,8%	14,3%	12,1%	14,3%	12,1%	14,3%	12,1%	6,4%
(+) Otros Ingresos (Financieros)															
(-) Otros egresos (Gasto Financiero)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Resultado antes de impuestos	1.275	1.654	7.301	3.045	3.424	2.728	11.178	6.227	11.178	7.680	11.178	7.680	11.178	7.680	2.728
% Ingresos	3,5%	4,3%	11,8%	6,9%	7,5%	6,4%	14,3%	10,8%	14,3%	12,1%	14,3%	12,1%	14,3%	12,1%	6,4%
(-) Impuesto Renta 25%															
(-) Participación Laboral 15%															
Resultado Neto	1.275	1.654	7.301	3.045	3.424	2.728	11.178	6.227	11.178	7.680	11.178	7.680	11.178	7.680	2.728
% Ingresos	3,5%	4,3%	11,8%	6,9%	7,5%	6,4%	14,3%	10,8%	14,3%	12,1%	14,3%	12,1%	14,3%	12,1%	6,4%

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS ESCENARIO NORMAL												
BODAS & EVENTOS en la Mitad del Mundo												
	ene-17	feb-17	mar-17	abr-17	may-17	jun-17	jul-17	ago-17	sep-17	oct-17	nov-17	dic-17
TOTAL INGRESOS	38.365	61.894	57.418	45.739	44.161	63.472	42.841	78.049	57.418	78.049	42.841	42.841
Ingresos por Ventas BODAS	32.310	48.465	48.465	32.310	32.310	48.465	32.310	64.620	48.465	64.620	32.310	32.310
Ingresos por Ventas Lunas de Miel	3.157	4.735	3.157	4.735	3.157	6.313	4.735	4.735	3.157	4.735	4.735	4.735
Ingresos por Ventas Despedidas	2.898	8.694	5.796	8.694	8.694	8.694	5.796	8.694	5.796	8.694	5.796	5.796
(-) Devoluciones en Ventas												
Otros Ingresos Operacionales												
(-) TOTAL COSTOS DE VENTA	30.276	47.923	44.566	35.807	34.623	49.107	33.634	60.040	44.566	60.040	33.634	33.634
% Ingresos	78,9%	77,4%	77,6%	78,3%	78,4%	77,4%	78,5%	76,9%	77,6%	76,9%	78,5%	78,5%
Costo de los Paquetes	28.774	46.421	43.063	34.304	33.121	47.604	32.131	58.537	43.063	58.537	32.131	32.131
costo paquetes bodas	24.233	36.349	36.349	24.233	24.233	36.349	24.233	48.465	36.349	48.465	24.233	24.233
costo paquetes lunas de miel	2.368	3.551	2.368	3.551	2.368	4.735	3.551	2.368	3.551	3.551	3.551	3.551
costo paquetes despedidas	2.174	6.521	4.347	6.521	6.521	6.521	4.347	6.521	4.347	6.521	4.347	4.347
Costo Honorarios Operativos	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503	1.503
Coordinador en el sector eventos	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818	818
Coordinador de operaciones y sistemas	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
UTILIDAD BRUTA	8.088	13.971	12.852	9.932	9.537	14.365	9.207	18.009	12.852	18.009	9.207	9.207
% Ingresos	21,1%	22,6%	22,4%	21,7%	21,6%	22,6%	21,5%	23,1%	22,4%	23,1%	21,5%	21,5%
(-) TOTAL GASTOS OPERATIVOS	5.845	6.080	6.036	5.919	5.903	6.096	5.890	6.242	6.036	6.242	5.890	5.890
% Ingresos	15,2%	9,8%	10,5%	12,9%	13,4%	9,6%	13,7%	8,0%	10,5%	8,0%	13,7%	13,7%
Gasto Nómina Administrativa	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607	2.607
Gasto Nómina Gerente General	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150	1.150
Gasto Nómina Receptionista	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Gasto Nómina Técnico en sistemas	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Contador	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485	485
Administrador de la agencia de viajes	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924	924
Gasto Nómina Comercial	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
Gasto Nómina Coordinador de marketing y ventas	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685	685
Gasto Comisiones por Ventas	384	619	574	457	442	635	428	780	574	780	428	428
Gasto Comisiones por ventas	384	619	574	457	442	635	428	780	574	780	428	428

	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	1.220	
Gastos Administrativos																
Arriendo Oficinas (30m)	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450
Telefonía Fija y Móvil	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405	405
Servicio de Internet	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
Suministros de oficina y cafetería	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Servicio eléctrico y agua potable	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90	90
Otros Gastos Indirectos menores	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Gastos de Publicidad	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950	950
Eventos	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Marketing BTL	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350	350
Marketing Digital	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
Consultoría y Gastos Legales	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD OPERATIVA (antes de depreciaciones, amortizaciones e	2.243	7.890	6.816	4.013	3.634	8.269	3.318	11.767	6.816	11.767	6.816	11.767	3.318	3.318	3.318	3.318
	5,8%	12,7%	11,9%	8,8%	8,2%	13,0%	7,7%	15,1%	11,9%	15,1%	11,9%	15,1%	7,7%	7,7%	7,7%	7,7%
(-) Depreciaciones	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376	376
Depreciaciones equipos computación	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92	217,92
Depreciaciones Muebles y Enseres	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83	131,83
Depreciación Utensilios de Cocina	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33	26,33
(-)Amortización Gastos Preoperacionales	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213	213
UTILIDAD OPERATIVA	1.654	7.301	6.227	3.424	3.045	7.680	2.728	11.178	6.227	11.178	6.227	11.178	2.728	2.728	2.728	2.728
% Ingresos	4,3%	11,8%	10,8%	7,5%	6,9%	12,1%	6,4%	14,3%	10,8%	14,3%	10,8%	14,3%	6,4%	6,4%	6,4%	6,4%
(+) Otros Ingresos (Financieros)																
(-) Otros egresos (Gasto Financiero)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Resultado antes de impuestos	1.654	7.301	6.227	3.424	3.045	7.680	2.728	11.178	6.227	11.178	6.227	11.178	2.728	2.728	2.728	2.728
% Ingresos	4,3%	11,8%	10,8%	7,5%	6,9%	12,1%	6,4%	14,3%	10,8%	14,3%	10,8%	14,3%	6,4%	6,4%	6,4%	6,4%
(-) Impuesto Renta 25%																
(-) Participación Laboral 15%																
Resultado Neto	1.654	7.301	6.227	3.424	3.045	7.680	2.728	11.178	6.227	11.178	6.227	11.178	2.728	2.728	2.728	2.728
% Ingresos	4,3%	11,8%	10,8%	7,5%	6,9%	12,1%	6,4%	14,3%	10,8%	14,3%	10,8%	14,3%	6,4%	6,4%	6,4%	6,4%

Tabla 68. Resumen por año estado de pérdidas y ganancias

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS ESCENARIO NORMAL						
BODAS & EVENTOS en la Mitad del Mundo						
	Año 2013	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	
TOTAL INGRESOS	570.562	591.194	611.826	632.457	653.088	
Ingresos por Ventas BODAS	\$ 452.340,00	468.495	484.651	500.805	516.960	
Ingresos por Ventas Lunas de Miel	\$ 45.772,44	47.351	48.929	50.508	52.086	
Ingresos por Ventas Despedidas	\$ 72.450,00	75.348	78.246	81.144	84.042	
(-) Devoluciones en Ventas						
Otros Ingresos Operacionales						
(-) TOTAL COSTOS DE VENTA	444.856	461.429	476.903	492.376	507.850	
% Ingresos	78,0%	78,1%	77,9%	77,9%	77,8%	
Costo de los Paquetes	427.922	443.395	458.869	474.342	489.816	
costo paquetes bodas	339.255	351.371	363.488	375.604	387.720	
costo paquetes lunas de miel	34.329	35.513	36.697	37.881	39.064	
costo paquetes despedidas	54.338	56.511	58.685	60.858	63.032	
Costo Honorarios Operativos	16.934	18.034	18.034	18.034	18.034	
Coordinador en el sector eventos	9.215	9.815	9.815	9.815	9.815	
Coodinador de operaciones y sistemas	7.719	8.219	8.219	8.219	8.219	
	0	0	0	0	0	
UTILIDAD BRUTA	125.707	129.765	134.923	140.080	145.238	
% Ingresos	22,0%	21,9%	22,1%	22,1%	22,2%	
(-) TOTAL GASTOS OPERATIVOS	68.844	71.450	71.656	71.863	72.069	
% Ingresos	12,1%	12,1%	11,7%	11,4%	11,0%	
Gasto Nómina Administrativa	29.380	31.280	31.280	31.280	31.280	
Gasto Nómina Gerente General	12.954	13.804	13.804	13.804	13.804	
Gasto Nómina Receptionista	5.475	5.825	5.825	5.825	5.825	
Gasto Nómina Técnico en sistemas	5.475	5.825	5.825	5.825	5.825	
Contador	5.475	5.825	5.825	5.825	5.825	
Administrador de la agencia de viajes	10.411	11.091	11.091	11.091	11.091	
Gasto Nómina Comercial	7.719	8.219	8.219	8.219	8.219	
Gasto Nómina Coordinador de marketing y ventas	643	8.219	8.219	8.219	8.219	
Gasto Comisiones por Ventas	5.706	5.912	6.118	6.325	6.531	
Gasto Comisiones por ventas	206	5.912	6.118	6.325	6.531	

Gastos Administrativos	14.639	14.639	14.639	14.639	14.639	14.639	14.639
Arriendo Oficinas (30m)	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
Telefonía Fija y Móvil	4.860	4.860	4.860	4.860	4.860	4.860	4.860
Servicio de Internet	1.019	1.019	1.019	1.019	1.019	1.019	1.019
Suministros de oficina y cafetería	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080
Servicio eléctrico y agua potable	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080	1.080
Otros Gastos Indirectos menores	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200
Gastos de Publicidad	11.400	11.400	11.400	11.400	11.400	11.400	11.400
Eventos	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600
Marketing BTL	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200	4.200
Marketing Digital	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600	3.600
Consultoría y Gastos Legales	0	0	0	0	0	0	0
UTILIDAD OPERATIVA (antes de depreciaciones, amortizaciones e	56.863	58.315	63.267	68.218	73.169	73.169	73.169
	10,0%	9,9%	10,3%	10,8%	11,2%	11,2%	11,2%
(-) Depreciaciones	4.513	4.513	4.513	4.513	4.513	4.513	4.513
Depreciaciones equipos computación	2.615	2.615	2.615	2.615	2.615	2.615	2.615
Depreciaciones Muebles y Enseres	1.582	1.582	1.582	1.582	1.582	1.582	1.582
Depreciación Utensilios de Cocina	316	316	316	316	316	316	316
(-)Amortización Gastos Preoperacionales	2.558	2.558	2.558	2.558	2.558	2.558	2.558
UTILIDAD OPERATIVA	49.792	51.244	56.196	61.147	66.098	66.098	66.098
% Ingresos	8,7%	8,7%	9,2%	9,7%	10,1%	10,1%	10,1%
(+) Otros Ingresos (Financieros)							
(-) Otros egresos (Gasto Financiero)	0	0	0	0	0	0	0
Resultado antes de impuestos	49.792	51.244	56.196	61.147	66.098	66.098	66.098
% Ingresos	8,7%	8,7%	9,2%	9,7%	10,1%	10,1%	10,1%
(-) Impuesto Renta 25%	12.448	12.811	14.049	15.287	16.525	16.525	16.525
(-) Participación Laboral 15%	5.602	5.765	6.322	6.879	7.436	7.436	7.436
Resultado Neto	31.743	32.668	35.825	38.981	42.138	42.138	42.138
% Ingresos	5,6%	5,5%	5,9%	6,2%	6,5%	6,5%	6,5%

6.2.13 BALANCE GENERAL

Dentro del Balance General se analiza toda la situación financiera de la empresa en base a los valores obtenidos de los activos fijos, depreciaciones, pasivos y el patrimonio. En base a los datos se observa el incremento en los activos anualmente por las cuentas por cobrar y el rubro caja bancos. En los pasivos se puede observar el desglose de pagos a proveedores y cómo se calculó el porcentaje de utilidad que ganan los accionistas que se lo calcula de la siguiente manera.

A partir de la utilidad neta de \$ 12,697, se refleja como utilidades retenidas el 60% de la utilidad neta será utilizada para reinvertir en la empresa, debido a que el restante 40% que significa \$7,271 se repartirá en calidad de dividendos a los que tienen derecho los accionistas luego de que se haya realizado la junta respectiva y ésta así lo ratifique. En conclusión, el pasivo y el patrimonio reflejan un incremento anual.

6.2. 14 PUNTO DE EQUILIBRIO

El punto de equilibrio se lo define en base a la cantidad de unidades de ventas por paquetes vendidos durante el año. En el primer año se venden 75 paquetes. En bodas con un precio total de la media de \$538,50; en lunas de miel con una media de \$789,18 y en despedidas de solteros con una media de \$362,25. El nivel de ventas durante el primer año es de \$551,250,72. (Ver Tabla 64. Proyecciones de Ventas).

6.2.15 CAPM / VALUACIÓN

“El Modelo de Valoración del Precio de los Activos Financieros o **Capital Asset Pricing Model** (conocido como modelo CAPM) es una de las herramientas más utilizadas en el área financiera para determinar la tasa de retorno requerida para un cierto activo”. (Elblogsalmón, s.f.)

Usando el modelo CAPM se determinó la tasa con la que se descontaron los flujos de caja en la proyección, obteniendo el resultado de un Valor Actual Neto (VAN), mayor a cero sin financiamiento. Adicional, se observó que la Tasa Interna de Retorno (TIR) es mayor a los costos de oportunidad calculados, por lo que se concluye que el proyecto es rentable y viable como negocio.

Tabla 71. Modelo CAPM

MODELO CAPM	
Cálculo de K_u y K_e	
Tasa libre de riesgo (r_f)	0,58%
Beta de la industria	1,65
Prima del mercado (R_m)	5,35%
Riesgo País EMBI Ecuador	5,30%
Rentabilidad esperada sin deuda (K_u)	13,75%
Rentabilidad esperada con deuda (K_e)	13,75%

COSTO PROMEDIO PONDERADO DEL CAPITAL (CPPC)		
Porcentaje de deuda (D)	0%	0,00
Porcentaje de Capital propio (E)	100%	61.885,86
Inversión total		61.885,86
Tasa de impuestos		36,25%
Rentabilidad esperada sin deuda (K_u)		13,75%
Rentabilidad esperada con deuda (K_e)		13,75%
Tasa de interés de la deuda		18,00%
CPPC sin deuda		13,75%
CPPC con deuda		13,75%

Porcentajes y datos fijos tomados de las páginas web, utilizados para calcular lo siguiente:

Fuentes y Aclaraciones:		
Tasa Libre de Riesgo	0,58%	http://es.global-rates.com/tipos-de-interes/libor/libor.aspx
Beta	1.65	Beta des-apalancada de la industria a enero del 2013. http://pages.stern.nyu.edu/~adamodar/
Prima del Mercado	5,35%	Tasa fererencial 360 días http://www.bce.fin.ec/frame.php?CNT=ARB0000006
Re	15,46%	-
EMBI	5,30%	http://www.ambito.com/economia/mercados/riesgo-pais/info/?id=5

6.2. 16 FLUJO DE CAJA/ EFECTIVO

Este cuadro refleja la proyección y movimiento de todo lo que vendido durante cada año, en donde se ve que la inversión se recupera en 3 años sumando los valores de flujo de caja libre con una tasa de descuento del 13,75% como resultado de una rentabilidad esperada del inversionista. Este reflejo de variaciones financieras permite analizar que la empresa es rentable y tiene un flujo que permite tener liquidez, al igual que capacidad para pagar gastos administrativos, gastos operativos y de publicidad generando utilidad. Análisis del flujo de caja en la siguiente tabla

Tabla 72. Estado de flujo de caja

FLUJOS DE LA EMPRESA BODAS & EVENTOS EN LA MITAD DEL MUNDO						
FLUJO DE FONDOS ESCENARIO NORMAL						
	Año 0	Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018
Ingresos por Ventas Servicios		\$ 452.340,00	\$ 468.495,00	\$ 484.651,00	\$ 500.805,00	\$ 516.960,00
Ingresos por Renovación de Servicios		\$ 45.772,44	\$ 47.350,80	\$ 48.929,16	\$ 50.507,52	\$ 52.085,88
		\$ 72.450,00	\$ 75.348,00	\$ 78.246,00	\$ 81.144,00	\$ 84.042,00
(-) Descuentos en Ventas		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
INGRESOS POR VENTAS		\$ 570.562,44	\$ 591.193,80	\$ 611.826,16	\$ 632.456,52	\$ 653.087,88
Costo de los Paquetes		\$ 427.921,83	\$ 443.395,35	\$ 458.868,87	\$ 474.342,39	\$ 489.815,91
Costo Honorarios Operativos		\$ 16.933,80	\$ 18.033,80	\$ 18.033,80	\$ 18.033,80	\$ 18.033,80
UTILIDAD BRUTA		\$ 125.706,81	\$ 129.764,65	\$ 134.923,49	\$ 140.080,33	\$ 145.238,17
Gasto Nómina Administrativa		\$ 29.380,20	\$ 31.280,20	\$ 31.280,20	\$ 31.280,20	\$ 31.280,20
Gasto Nómina Comercial		\$ 7.719,00	\$ 8.219,00	\$ 8.219,00	\$ 8.219,00	\$ 8.219,00
Gasto Comisiones por Ventas		\$ 5.705,62	\$ 5.911,94	\$ 6.118,26	\$ 6.324,57	\$ 6.530,88
Gastos Administrativos		\$ 14.638,80	\$ 14.638,80	\$ 14.638,80	\$ 14.638,80	\$ 14.638,80
Gastos de Publicidad		\$ 11.400,00	\$ 11.400,00	\$ 11.400,00	\$ 11.400,00	\$ 11.400,00
Gastos Legales		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL GASTOS OPERATIVOS		\$ 68.843,62	\$ 71.449,94	\$ 71.656,26	\$ 71.862,57	\$ 72.068,88
UTILIDAD OPERATIVA		\$ 56.863,19	\$ 58.314,71	\$ 63.267,23	\$ 68.217,76	\$ 73.169,29
Gasto Intereses		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gasto depreciación		\$ 4.513,00	\$ 4.513,00	\$ 4.513,00	\$ 4.513,00	\$ 4.513,00
Amortización Gasto Preoperacional		\$ 2.557,96	\$ 2.557,96	\$ 2.557,96	\$ 2.557,96	\$ 2.557,96
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES E IMPUESTOS		\$ 49.792,23	\$ 51.243,76	\$ 56.196,27	\$ 61.146,81	\$ 66.098,34
Impuesto a la renta (25%)		\$ 12.448,06	\$ 12.810,94	\$ 14.049,07	\$ 15.286,70	\$ 16.524,58
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIONES		\$ 37.344,17	\$ 38.432,82	\$ 42.147,20	\$ 45.860,11	\$ 49.573,75
Participación Laboral (15%)		\$ 5.601,63	\$ 5.764,92	\$ 6.322,08	\$ 6.879,02	\$ 7.436,06
UTILIDAD NETA		\$ 31.742,55	\$ 32.667,89	\$ 35.825,12	\$ 38.981,09	\$ 42.137,69
(+) Depreciaciones & Amortizaciones		\$ 4.513,00	\$ 4.513,00	\$ 4.513,00	\$ 4.513,00	\$ 4.513,00
(+) Amortización Gasto Preoperacional		\$ 2.557,96	\$ 2.557,96	\$ 2.557,96	\$ 2.557,96	\$ 2.557,96
INVERSIONES						
(-) Activos tangibles e intangibles	\$ 30.124,78					
(+) Valor de rescate					\$ 2.615,00	
(-) Inversión de capital de trabajo	\$ 31.761,08					
(+) Recuperación capital de trabajo						\$ 31.761,08
FLUJO DE CAJA LIBRE	\$ (61.885,86)	\$ 38.813,50	\$ 39.738,85	\$ 42.896,08	\$ 48.667,05	\$ 83.584,72
Préstamos						
(+) Crédito CFN	\$ -					
Pagos						
(-) Amortización del Préstamo (capital)		\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00
FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA	\$ (61.885,86)	\$ 38.813,50	\$ 39.738,85	\$ 42.896,08	\$ 48.667,05	\$ 83.584,72

Tabla 73. Resumen cálculo van y tir

CALCULO DEL VAN Y TIR	
TASA DE DESCUENTO DEL INVERSIONISTA	13,75%
VAN	\$ 92.351,48
TIR	64,06%

6.2.17 VALOR ACTUAL NETO (VAN)

Se deben tomar en cuenta los valores de flujo de caja netos de efectivo que se obtendrán por medio de las proyecciones de ventas durante los 5 años. Se debe restar a cada valor obtenido el inversión inicial para obtener el valor actual neto. En conclusión, si se quiere saber si el proyecto es rentable o no el VAN debe ser igual o mayor a cero.

En este caso el proyecto es rentable ya que tiene un valor positivo \$90, 067,96 a una tasa de descuento del 13, 75% lo que determina que es un proyecto rentable, que tiene ganancias y cubre con todos los gastos durante el cálculo de los 5 primero años de funcionamiento.

6.2.18 TASA INTERNA DE RETORNO (TIR)

Este valor conocido como TIR, es la tasa con la que el valor actual neto es igual a cero. La misma que permite igualar los flujos dentro de la tabla obtenidos de la inversión con la inversión inicial. Dentro de este proyecto la TIR del 62,04%, demuestra que es un proyecto viable y rentable, lo que permite dar seguridad a los siguientes inversionistas dentro del mismo.

CAPÍTULO VII. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

7.1 CONCLUSIONES

Durante los últimos años las personas han cambiado la manera de celebrar eventos especiales en lugares importantes y hermosos. Es por eso que ha incrementado la creación de las empresas de eventos, catering y empresas relacionadas con este mercado según el CATRASTRO 2012, donde están las empresas registradas que cumplen con todos los requisitos.

El Ecuador durante los últimos años el Ministerio de Turismo se ha preocupado en crear proyectos y planes estratégicos para promocionar al país a nivel nacional e internacional, creando atractivos productos turísticos para los turistas.

En base a los datos obtenidos por el PLANDETUR 2020 y el PIMTE 2014, documentos utilizados se logró analizar la situación del Ecuador en relación al turismo y se realizó una investigación de mercado, en la que se encontró que dentro del país existen muchos atractivos turísticos no explorados ni aprovechados de la misma manera. Incluso, existe el turismo de Eventos & Congresos, pero no el turismo de romance ni empresas especializadas en vender paquetes que organicen este tipo de eventos para el mercado extranjero y nacional. Lo único que hay en el mercado ecuatoriano son paquetes de miel que ofrecen las agencias de viajes, promoviendo el turismo interno en lugares exclusivos.

Se encontró que dentro del Ecuador existe la oferta para realizar eventos en haciendas, hoteles boutique, cruceros y hoteles de playa, pero las empresas no venden este tipo de paquetes especializados en turismo de romance. Sin embargo, la investigación fue favorable ya que el país podría comenzar a vender paquetes especializados en la realización de eventos, ya que existen establecimientos interesados en comprar paquetes de turismo de romance para realizar en ese tipo de lugares, cuentan con la infraestructura adecuada, accesibilidad y servicios de calidad para brindar al cliente lo mejor, es por eso

que la idea innovadora de la nueva agencia de viajes BODAS & EVENTOS, en La Mitad del Mundo, resultaría dentro del mercado ecuatoriano.

Se desarrolló un plan estratégico creando una agencia de viajes dual para entrar en el mercado con productos estructurados por paquetes de bodas, lunas de miel o despedida de solteros, se los venderá por medio de la agencia de viajes con el fin de promocionar para incrementar la cantidad de turistas internos y externos, al igual que el gasto promedio por turista, para promover este nuevo mercado en turismo de romance y promocionar al Ecuador como un destino para realización de estas celebraciones.

La ubicación de la empresa es estratégica ya que se encuentra en una calle principal donde transita gran cantidad de personas y es muy cercana a la zona en donde se hospedan bastantes turistas. La empresa cuenta con diferentes encargados en cada área para no descuidar al cliente ni dejar de crear nuevas estrategias, productos. Con el fin de abrir nuevos mercados por medio de las alianzas estratégicas creando ofertas y fidelización por parte de los proveedores.

El proyecto incluso pretende dinamizar e incrementar la economía local de varios destinos predeterminados y abrir nuevos nichos de mercado utilizando los recursos naturales de este magnífico país. De igual manera con un plan de mercadeo se garantizará las ventas durante un tiempo determinado por el plan financiero.

Luego de realizar un estudio financiero, se pudo observar que el proyecto es viable y generará utilidades, ya que se obtuvo un TIR de 62,04% y un VAN positivo de \$90,067,96 con tasa de descuento de 13,75%, lo que determina que los inversionistas pueden interesarse en un proyecto de este tipo.

7.2 RECOMENDACIONES

Para proyectos a futuros de este tipo, se debería tener datos exactos y estadísticos con datos reales. El Ministerio de Turismo debería realizar una encuesta en base al estudio del comportamiento vacacional de los turistas y porque motivos ingresan los extranjeros y nacionales. Para contar con datos que permitan investigar nuevos tipos de turismo.

Debido a la falta de información numérica y estadística se tuvo que realizar el proyecto en base a los documentos realizados por el MINTUR. Con la información obtenida, se concluyó que el Ecuador debe vender productos innovadores y empresas especializadas en el turismo, aplicando normas internacionales para obtener permisos y certificados que garanticen el servicio y la calidad de los servicios turísticos.

Utilizar los recursos naturales para promover al país estructurando paquetes turísticos que generen mayor cantidad de visitantes.

Se recomienda como empresa que se debe tener personal capacitado de manera constante para ofrecer servicio de primera calidad, con el que el turista se sienta a gusto regrese y quede satisfecho con el país para que vuelvan y sigan teniendo buenas experiencias.

Para crear nuevas empresas se deberían tener manuales de calidad en los establecimientos de turismo, restaurantes, agencias de viajes, hoteles y bares para que sigan procesos ordenados.

REFERENCIAS

Banco Interamericano de desarrollo (s.f.)

Información estadística del Banco Internacional de Desarrollo.
Recuperado en febrero del 2006 de
http://www.bid.ec.porcentajesyestadisticas_content342.

Bodas Artículos (s.f.)

Artículos sobre bodas y eventos en México. Recuperado 7 de mayo del 2012 de <http://www.bodas.com.mx/articulos>.

Bolivar Pico, profesor de la Universidad de las Américas, especialista en sistemas GDS, profesor de SABRE.

Buenas tareas (s.f.)

Fórmula obtenida para el muestreo. Recuperado junio del 2011 de
<http://www.buenastareas.com/ensayos/determinación-de.muestras/2471425.html>

Casa Ceibo (s.f.)

Información sobre la ubicación del hotel. Página del hotel
www.casaceibo.com

Centro de Estudios Superiores en turismo (s.f.)

Información sobre la situación económica sobre las bodas en México y definiciones. Recuperado en septiembre del 2011. p.1. de
<http://cestur.sectur.gob.mx/descargas/Publicaciones/Boletin/cedoc2012/cedoc2011/EstudioRomance.pdf>

Decameron (s.f)

Información sobre la ubicación y descripción del hotel. Página del hotel
www.decameron.com

Diseño encuesta (s.f.)

Modelo para ver el diseño de encuesta y el muestreo. Recuperado año 2012 de http://www.uco.es/zootecniaygestion/img/pictorex/09_13_21_sesión_pdf

Ecuador inmediato (s.f.)

Datos sobre el grupo racial tomados del INEC y de la página web de www.ecuadorinmediato.com/index.php?module=noticiasyfunciones=news. Recuperado el 1 de Septiembre del 2011. Documento censo revela que en el Ecuador habitan 14,483.499 personas, p.1

Educar Ecuador (s.f.)

Se obtuvo información sobre el Ecuador. Recuperado 16 de Septiembre del 2010 de <http://www.educar.ec.ecuador.com%20-20%extraídidodewikipedia%4>.

El blog salmón (s.f.)

Se obtuvo la definición sobre el medio utilizado para obtener la valuación y conocer la tasa de retorno. Recuperado 19 de mayo del 2010 de <http://www.elblogsalmon.com/conceptos-de-economia/el-capm-un-modelo-de-valoracion-de-activos-financieros>

Guía viajes (s.f.)

Se obtuvo la información sobre el clima. Recuperado 3 de febrero del 2013 de www.guiaviajes.org/ecuador-clima/2013. p.2

Hacienda Chorlavi (s.f.)

Información sobre la ubicación y descripción de la empresa. Página web www.haciendachorlavi.com

Hacienda Cusín

Información sobre la ubicación y descripción de la empresa. Página web www.haciendacusin.com

Hacienda La Ciénega

Información sobre la ubicación y descripción de la empresa. Página web www.haciendalacienega.com

Hotel Palenque (s.f.)

Información sobre concepto de eventos, reuniones y congresos (año 2012). México. Recuperado el 4 de enero del 2012 de www.hotelpalenque-deficióncongresosyevenos.com/2omek/.p.1

INEC (s.f.)

Porcentajes y estadísticas obtenidas sobre censos de población y vivienda (año 2010). Quito, Ecuador de <http://inec.gov.ec>.

La Mirage (s.f.)

Información sobre la ubicación y descripción de la empresa. Página web www.lamirage.com

Ley de Turismo (s.f.)

Ley de Turismo utilizada para definiciones y conceptos en general. (2002) Artículos 82 y 89 p.88, 89,89.

Luna Runtun (s.f.)

Información sobre la ubicación y descripción de la empresa. Página web www.lunaruntun.com

Manual de Señalización turística

Información sobre el manual de señalización turística (s.f). Recuperad el 26 de abril del 2013 tomado de www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/manual-señalización.26.abril.2013.pdf, p. 55-58.

Ministerio de Turismo (s.f.)

Ministerio de Turismo, documento sobre CSTE T&L 2009 Determinación De Muestras. Recuperado 04, 2013 de <http://www.mintur.com.gov.ec>.

Nacionalidades (s.f)

Mejeant, Lucia (2001). Culturas y Lenguas Indígenas del Ecuador. Recuperado el 1 de marzo del 2001 de <http://www.icci.nativeweb.org/yachaikuna/1/mejeant.pdf>, p. 10-11

Organización Mundial de Turismo (s.f.)

Definiciones de turismo y tipos de turismo. Recuperado marzo del 2009 de <http://www.unwto.org/entedner.elturismo-glosariobasico#gasto%2otur%c35ADstico>).

Palmazul Artisan Artisan Designed Hotel &Spa

Información sobre la ubicación y descripción de la empresa. Página web www.manabíhotel.com

Permenter, P y Bisley, J (2000) Artículo: Bodas de destino. Recuperado año 2000 de http://www.bodaspr.com/esp/articles/destination_weddings.php.

Pulido, J (2006). Los productos turísticos del futuro. Recuperado en marzo del 2006 presentación power point p.18.

PIMTE 2014 (s.f.)

Definiciones y gráficos. (2009). Quito, Ecuador: Ministerio de Turismo

PLANDETUR 2020 (s.f.)

Gráficos, definiciones e información sobre el turismo interno y externo. (2007). Quito-Ecuador: Ministerio de Turismo. p.7

Quito Turismo (s.f.)

Información sobre la LUAE. Recuperado 1 de Febrero del 2013 de <http://www.quito-turismo.gob.ec/index.php/nuestros-servicios/resgistro-turístico>.

Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador, definiciones. (2012). Quito, Ecuador. p.29.

Relaciones Laborales (s.f.)

Tabla de remuneraciones. Recuperado del 10 de marzo del 2013 de <http://www.relacioneslaborales.gob.ec.tablas-de-incremento-para-la-remuneracion-minima-sectorial-y-tarifas>.

Relieve y Climatología Ecuador

Rodríguez, S.(2007) Ecuador: Relieve. Recuperado 1 noviembre del 2007 <http://geografía.laguia2000.com/climatología/ecuador-clima#xzz2U9Yhk4le>.

Rodríguez, S.(2007) Ecuador: Climatología. Recuperado 1 noviembre del 2007 <http://geografía.laguia2000.com/climatología/ecuador-clima#xzz2U9Yhk4le>.

SECTUR MÉXICO (s.f.)

Sectur México, información y definiciones básicas para el segmento de romance. Recuperado año 2011 de <http://cestur.sectur.gob.mx/descargas/Publicaciones/Boletin/cedoc2012/cedoc2011/EstudioRomance.pdf>

Surtek (s.f.)

Agencia tour operadora, se obtuvo una breve descripción sobre los hoteles, cruceros y haciendas. Página que tiene cambios constantes tomado de www.surtrek.com

Termas de Pallacta (s.f.)

Información sobre la ubicación y descripción de la empresa. Página web www.papallacta.com

Ulloa, J. (2012) PPD (programa de pequeñas donaciones del FMAM Ecuador). Recuperado en el año 2012 de <http://www.ppd.ecuador.org>

ANEXOS

ANEXO 1

Registro de operadoras turísticas requisitos y formalidades

1. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante
3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento, el cual se encuentra ubicado en la Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum
4. Registro Único de Contribuyentes R.U.C.
5. Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación:

Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.

- Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.

- Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.
- Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR)

NOTA: Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán contar un área mínima de 30 mts² (Treinta metros cuadrados) independiente de otra actividad comercial

Requisitos generales de las agencias de viajes obtención de registro turístico

- 1. Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatuto;
- 2. Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil;
- 3. Copia a color de cedula de identidad y papeleta de votación, pasaporte (extranjeros) del representante legal;
- 4. Copia a color del RUC;
- 5. Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos del establecimiento a registrarse debidamente firmado por el propietario (Según el tipo de agencia);
- 6. Formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del uno por mil (solicitarlo en la ventanilla Quito Turismo);
- 7. Copia del Certificado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual;
- 8. 2 Copias de Patente Municipal del año vigente a color; 9. Original y copia de los comprobantes de pagos por concepto de registro turístico;
- 10. Original y copia de los comprobantes de pagos por contribución uno por mil sobre los activos fijos del establecimiento.
- 11. Nómina del personal administrativo.
- 12. Hoja de vida de uno de los ejecutivos de la Empresa. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel

superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viaje deberá contratar a una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas.

Registro para el nombre de la compañía

- Proponer el nombre, revisando de antemano la disponibilidad del mismo en la página web de la Superintendencia de Compañías.
- Una vez revisado, se procederá a reservar el nombre
- La Superintendencia revisa el nombre en 72 horas y da la aprobación o negación del mismo.

Constitución en la Superintendencia de Compañías

La escritura pública de la formación de una compañía de responsabilidad limitada será aprobada por el Superintendente de Compañías, el que ordenará la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura, conferido por la Superintendencia, en uno de los periódicos de mayor circulación en el domicilio de la compañía y dispondrá la inscripción de ella en el Registro Mercantil. El extracto de la escritura contendrá los datos señalados en los numerales 1, 2, 3, 4, 5 y 6 del Art. 137 de esta Ley y, además, la indicación del valor pagado del capital suscrito, la forma en que se hubiere organizado la representación legal, con la designación del nombre del representante, caso de haber sido designado en la escritura constitutiva y el domicilio de la compañía. De la resolución del Superintendente de Compañías que niegue la aprobación, se podrá recurrir ante el respectiva Tribunal Distrital de lo Contencioso Administrativo, al cual el Superintendente remitirá los antecedentes para que resuelva en definitiva.

CONSTITUCION

Art. 137.-La escritura de constitución será otorgada por todos los socios, por si o por medio de apoderado. En la escritura se expresará:

- Los nombres, apellidos y estado civil de los socios, si fueren personas naturales, o la denominación objetiva o razón social, si fueren personas jurídicas y, en ambos casos, la nacionalidad y el domicilio;
- La denominación objetiva o la razón social de la compañía;
- El objeto social, debidamente concretado;
- La duración de la compañía;
- El domicilio de la compañía;
- El importe del capital social con la expresión del número de las participaciones en que estuviere dividido y el valor nominal de las mismas;
- La indicación de las participaciones que cada socio suscriba y pague en numerario o en especie, el valor atribuido a éstas y la parte del capital no pagado, la forma y el plazo para integrarlo;
- La forma en que se organizará la administración y fiscalización de la compañía, si se hubiere acordado el establecimiento de un órgano de fiscalización, y la indicación de los funcionarios que tengan la representación legal;
- La forma de deliberar y tomar resoluciones en la junta general y el modo de convocarla y constituir la; y,
- Los demás pactos lícitos y condiciones especiales que los socios juzguen conveniente establecer, siempre que no se opongan a lo dispuesto en esta Ley.

Posterior a esto, se debe realizar y entregar la minuta con los siguientes parámetros:

- Emisión del oficio
- Elaboración de la escritura

- Revisión de la escritura
- Obtener permisos previos
- Publicación en la prensa
- Patente municipal

Registro mercantil

Los requisitos para hacer constar a una empresa dentro del Registro Mercantil son:

- Tres escrituras o protocolizaciones (mínimo) primera, segunda y tercera copias.
- Tres resoluciones (mínimo) aprobando las escrituras o protocolizaciones, sean estas de la Superintendencia de Bancos o de Compañías.
- Publicación del extracto (Periódico)
- Razones notariales, que indiquen que los notarios han tomado nota de las resoluciones al margen de las matrices de las escrituras respectivas.
- Copias de cédula de ciudadanía y el certificado de votación del, o los compareciente/s
- Certificado de inscripción en el registro de la Dirección Financiera Tributaria del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (para constituciones)
- Certificado del cumplimiento tributario otorgado por la dirección financiera tributaria del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (para actos societarios)
- Fotocopia de la escritura y resolución que se aprueba.

Registro único de contribuyentes (R.U.C.)

Para poder ejercer cualquier actividad productiva y económica es necesario obtener el RUC. Este trámite se lo realiza directamente en el Servicio de Rentas Internas, y los requisitos para obtenerlo, al ser una empresa, o una sociedad privada son:

- Formularios RUC 01-A, que corresponden a la inscripción y actualización de la información del Registro Único de Contribuyentes; y RUC 01-B, que corresponde a la inscripción y actualización de los establecimientos de las sociedades; ambos formularios serán suscritos por el representante legal.
- Presentar original o copia certificada del documento de constitución debidamente legalizado por el organismo de control respectivo y entregar copia simple del mismo.
- Presentar original o copia certificada del nombramiento del representante legal inscrito en el Registro Mercantil o abalizado por el organismo de control respectivo.
- Copia de la cédula de identidad o ciudadanía o pasaporte con Visa de Inmigrante (Visa 10), del representante legal y, de ser el caso, el original del certificado de votación del último proceso electoral.
- Todas las personas naturales que soliciten su inscripción en el RUC, presentarán también copia de uno de los siguientes documentos, que acrediten la dirección de la matriz y de cada uno de los establecimientos donde desarrolla su actividad económica:
- Planilla del servicio eléctrico, telefónico, de agua potable o televisión por cable, a nombre del sujeto pasivo, de uno de los últimos tres meses anteriores a la fecha de registro.
- Estados de cuenta bancaria o de tarjeta de crédito de al menos uno de los tres últimos meses anteriores a la fecha de inscripción a nombre del sujeto pasivo.

- Comprobante del pago del impuesto predial, a nombre del sujeto pasivo, donde ejercerá su actividad económica, puede corresponder al del año en que se realiza la inscripción o del inmediato anterior.
- Copia del contrato de arrendamiento, en el que deberá obligatoriamente constar el RUC del arrendador, inscrito ante la respectiva oficina de Inquilinato o notariado, según corresponda.
- Siempre que no haya sido posible la entrega de uno de los documentos señalados en los subnumerales anteriores, en el caso de cesión de uso del local donde se va a realizar la actividad económica por parte de un familiar, el sujeto pasivo deberá presentar una comunicación al Servicio de Rentas Internas, en la que el propietario declare que ha cedido en forma gratuita el uso del inmueble, a la que adjuntará copia del documento de identificación del cedente, así como copia de cualquiera de los documentos señalados en los subnumerales anteriores, que reflejen la dirección del local objeto de la cesión.
- Nombres y apellidos completos y número del RUC del contador.

Registro patronal del IESS

Requisitos para que la empresa conste en el historial laboral del IESS:

- Solicitud de Entrega de Clave (impresa del Internet)
- Copia del RUC (excepto para el empleador doméstico).
- Copias de las cédulas de identidad a color del representante legal y de su delegado en caso de autorizar retiro de clave.
- Copias de las papeletas de votación de las últimas elecciones o del certificado de abstención del representante legal y de su delegado, en caso de autorizar el retiro de clave.
- Copia de pago de un servicio básico (agua , luz o teléfono)
- Calificación artesanal si es artesano calificado.

- Original de la cédula de ciudadanía.

Registro de Turismo

Para empresas de transporte turístico, se deben cumplir los siguientes requisitos:

- Permiso de Operaciones de la EMMOP (Empresa Metropolitana de Movilidad y Obras Públicas)
- Copia certificada de la escritura de la constitución de la compañía, aumento de capital o reforma de estatutos
- Nombramiento del representante legal debidamente inscrito en el registro mercantil
- Copia a color de cedula de identidad y papeleta de votación o pasaporte (extranjeros)
- Copia a color del RUC;
- Inventario valorado de maquinaria, muebles, enseres y equipos del establecimiento a registrarse debidamente firmado por el propietario;
- Formulario de declaración de activos fijos para la cancelación del uno por mil (solicitarlo en la ventanilla Quito Turismo);
- Copia del Certificado de búsqueda fonética emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual;
- Copias de la Patente Municipal del año vigente a color;
- Original y copia del comprobante de pago por concepto de registro turístico;
- Original y copia del comprobante de pago por contribución uno por mil sobre los activos fijos del establecimiento
- Copia a color de la Licencia Profesional, de (los) conductor (es) o propietario (os) que opera la unidad.

- Copia a color del SOAT y matrícula de los vehículos de la empresa, los mismos que deben estar a nombre de la compañía.
- Póliza de seguros contra siniestros.

Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas (LUAE)

- Formulario único de Solicitud de Licencia Metropolitana Única para el Ejercicio de Actividades Económicas - LUAE, debidamente llenado y suscrito por el titular del RUC o representante legal
- Copia de RUC actualizado
- Copia de Cédula de Ciudadanía o Pasaporte y Papeleta de Votación de las últimas elecciones (Persona natural o Representante legal)
- Informe de Compatibilidad de Uso de Suelo (cuando se requiera)
- Certificado Ambiental (cuando se requiera)
- Copia de escritura de constitución de la empresa (con resolución de la Superintendencia de Compañías o la sentencia del Juez según sea el caso).
- Copia del nombramiento del actual representante legal.
- Copia de Cédula de Ciudadanía y Papeleta de Votación del representante legal.
- Copia de estatutos y acuerdo ministerial (entidades sin fines de lucro)
- Copia de la Resolución emitida por la Dirección Metropolitana Financiera Tributaria, aprobando la exoneración del impuesto de patente municipal para las entidades sin fines de lucro
- Original de la declaración del 1.5 X mil sobre los activos totales del año inmediato anterior.

LUAE

Previo a la obtención de la LUAE, los propietarios de los establecimientos turísticos deberán obtener el Certificado de Registro Turístico, por cada actividad turística que el titular realice, el mismo que será emitido por la Empresa Pública Metropolitana de Gestión de Destino Turístico Quito Turismo. El Certificado de Registro Turístico es la herramienta de gestión administrativa en la que se encuentran inscritas todas las personas naturales, jurídicas o comunidades que realicen actividades turísticas, se lo emite por una sola vez a cada establecimiento turístico, siempre y cuando no exista un cambio de propietario. Es obligación del propietario mantener actualizada la información de su establecimiento, la cual debe ser suministrada a Quito Turismo, para la inscripción en el referido certificado.

Fuente: quito turismo

ANEXO 2: REQUISITOS PARA LA OBTENCIÓN DE LA LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO (LUAF)

Establecimientos de Alojamiento, Alimentos y Bebidas, Recreación diversión y esparcimiento, Casinos:

1. Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento (LUAF),
2. Comprobante de pago de la Patente Municipal y Tasa de Turismo del año correspondiente,
3. Informe de Compatibilidad de Uso del Suelo vigente,
4. Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC,
5. Inspección aprobada de Control de Calidad.

Agencias de Viaje y Transporte Turístico

1. Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento (LUAF),
2. Comprobante de pago de la Patente Municipal y Tasa de Turismo del año correspondiente,
3. Copia del Registro Único de Contribuyentes RUC,
4. Inspección aprobada de Control de Calidad.

Con los requisitos solicitados, el contribuyente se acercará a la Ventanilla Única Turística ubicados en los siguientes lugares del Distrito Metropolitano de Quito:

- Administración La Mariscal (Baquerizo Moreno E7-50 y Reina Victoria.) de 08h00 a 16h00.
- Administración Zonal Norte (Av. Amazonas y Pereira) de 08h00 a 16h00 La Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF), debe ser renovada anualmente, con un plazo máximo del 31 de marzo del año siguiente,

caso contrario el establecimiento se sujetará a las sanciones respectivas.

Gerencia La Mariscal: Baquerizo Moreno E7-50 y Reina Victoria (frente
parque Gabriela Mistral) Teléf.: 2568683

Administración Zona Norte: Amazonas s/n y Pereira Teléf.: 2242922
www.quito.com.ec www.quito-turismo.gov.ec

INSTRUCTIVO FORMULARIO DE SOLICITUD DE LICENCIA METROPOLITANA ÚNICA PARA EL EJERCICIO DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS (LUAE) EN EL D.M.Q.



El formulario se puede llenar directamente en Acrobat Reader o con letra imprenta y sin borrones cada uno de los campos de acuerdo al siguiente instructivo:

TIPO DE PROCEDIMIENTO:

Este registro genera el tipo de acciones administrativas que correspondan a efecto de iniciar el trámite respectivo.

Emisión LUAE:	En caso de que el administrado solicita por primera vez la LUAE.
Renovación LUAE:	A partir del segundo año de haber obtenido la LUAE y ya tiene asignado un número de LUAE.
Inclusión Autorización Administrativa:	En el caso en que luego de haber obtenido su LUAE, requiere que se incluya una nueva autorización administrativa de los ámbitos que contempla la LUAE.
Cambio de Actividad Económica:	En caso de variación de actividad económica que implica la generación de una nueva LUAE.
Cambio de Propietario:	En caso de cambio de propietario de la actividad económica, esto implica la generación de una nueva LUAE.
Cambio de dirección del establecimiento:	Cambio de dirección del negocio, lo que implica la generación de una nueva LUAE.

INFORMACIÓN GENERAL:

Esta sección solicita información general para identificar al establecimiento y será utilizada por las diferentes instancias del municipio involucradas en el proceso de emisión o renovación de la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento: Patente, Inspecciones de Bomberos, Ambiente, Turismo, Salud y/o Rotulación.

Denominación o Nombre Comercial:	Corresponde al nombre con el que los clientes ubican al establecimiento, que puede ser la misma razón social u otro.
Patente actual No.:	En caso de que el establecimiento para el que se solicita la Licencia Metropolitana Única de Funcionamiento ya cuente con un Registro de Patente, favor completar este campo.
RUC No.:	Corresponde al número de Registro Único de Contribuyente del SRI.
Fecha inicio actividad económica:	Si cuenta con el RUC, registrar la fecha ahí descrita, caso contrario la fecha en que inicio su actividad económica.
Establecimiento No.:	Para el caso de tener varios establecimientos bajo el mismo RUC, favor colocar el No. de establecimiento descrito en el RUC.
Predio No.:	Este campo debe ser completado con información del predio en el cual se ubica el establecimiento de la actividad económica, independientemente de tratarse de un local propio o arrendado.
Licencia Única de Funcionamiento No.:	El número de la LUAE del año inmediato anterior.
Establecimiento Principal o Sucursal:	Para el caso de contar con varios establecimientos, identificar claramente con una X en el casillero correspondiente si esta solicitud pertenece al local principal o a una sucursal. Recuerde que solo puede tener un local principal y varios sucursales.
Actividad Económica:	Registre la descripción de la actividad económica principal que se realiza en este establecimiento, esta descripción debe ser la misma que consta en el Registro Único de Contribuyentes.

TIPO DE CONTRIBUYENTE

En esta sección se diferenciará a las personas naturales, artesanas y jurídicas u obligadas a llevar contabilidad.

PERSONA NATURAL:

Nombres y Apellidos:	Escribir nombres y apellidos completos del propietario del negocio.
Cédula de ciudadanía o Pasaporte:	Anotar el número de cédula del propietario del negocio o en caso de ser extranjero, el número del Pasaporte.
Obligado a llevar contabilidad:	Llenar este campo de acuerdo al dato que consta en el RUC.

ARTESANOS:

Acuerdo Ministerial No.:	Registrar el número de acuerdo ministerial que consta en su calificación de artesano.
Calificación Artesanal No.:	Registrar el número del carné de la Calificación Artesanal.
Fecha de Expedición:	Indicar el día, mes y año que fue calificado como artesano calificado.

PERSONA JURÍDICA:

Razón Social:	Registrar nombre de la persona jurídica, empresa o compañía.
Nombres y Apellidos Representante Legal:	Indicar los nombres y apellidos completos del representante legal.
No.C.I. o Pasaporte Representante Legal:	Colocar el número de cédula o pasaporte del representante legal.
Fecha nombramiento Representante Legal:	Registrar el día, mes y año en el que fue nombrado el representante legal.
No. de Resolución S.I.C. : S.I.B.:	En el caso en que aplique, registrar el número de Resolución de la Superintendencia de Compañías o Bancos.
Fecha de Constitución:	Indicar el día, mes y año de la constitución del negocio
Fecha de Resolución:	Indicar el día, mes y año de la resolución de la Superintendencia de Compañías.
Capital Suscrito:	Registrar el capital que consta en las escrituras de constitución.

INFORMACIÓN PARA CATEGORIZACIÓN DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA

Esta sección determina parámetros de categorización de los diferentes componentes de la LUAE con el fin de definir un esquema de inspecciones.

BOMBEROS:

Área del local (m²):	En este campo, registre en números claros las dimensiones del establecimiento en metros cuadrados.
Número de personas que trabajan:	En este campo, registre el número de trabajadores.
Número de personas ocasionales:	En este campo, registre el número de personas estimadas para capacidad de aforo del local.
Material que utiliza:	En este campo deberá completar información sobre tipo de material que utiliza o almacena para poder cumplir con su actividad económica, marcando con una X en la casilla que corresponda y completar con la información solicitada en el caso de GLP.
GLP	Registrar el número de cilindros de 15kg y 30kg y en el total de cilindros la suma de los dos campos.

AMBIENTE:

Registro Ambiental No.:	Ejemplo: 2500 R-AZ VC este dato debe ser tomado del certificado o autorización ambiental otorgada por la Secretaría de Ambiente.
Para la información adicional de ambiente:	Señalar en el casillero que corresponda según la actividad que realiza y completar con la información solicitada, junto a las actividades que lo requieran.
	Señalar de acuerdo al valor referencial (520.000 USD) los ingresos totales de la declaración impositiva anual realizada al SRI, del año inmediatamente anterior al momento de realizar la solicitud de la LUAE.

TURISMO:

En esta sección de ser el caso, deberá registrar claramente la información solicitada, correspondiente al ámbito dentro del cual ejerce la actividad económica. En concordancia al Decreto Presidencial Nro. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en salas de juegos.

SALUD:

En esta sección de ser el caso, deberá registrar el ámbito específico dentro del cual ejerce la actividad económica y que son de competencia del M.D.M.Q. En concordancia al Decreto Presidencial Nro. 873 está prohibido el funcionamiento de establecimientos dedicados a juegos de azar practicados en casinos y salas de juegos.

IDENTIFICACIÓN DE ACTIVIDAD ECONÓMICA (ROTULACIÓN):

En esta sección deberá registrar claramente la información solicitada en metros cuadrados, siempre y cuando corresponda al rotulo que tiene por fin exclusivo la divulgación, difusión y/o promoción de la identificación o localización del establecimiento.

DIRECCIÓN DEL ESTABLECIMIENTO:

En estos campos se deberá completar claramente la información solicitada correspondiente a la dirección del establecimiento, es importante que registre al menos un número telefónico y correo electrónico.

CROQUIS DE UBICACIÓN:

Dibujar el croquis de ubicación del establecimiento con el fin de facilitar su localización para la fase de inspección y control.

DECLARACIÓN JURADA Y FIRMA:

El titular de la LUAE es responsable exclusivo del contenido de las declaraciones que, bajo juramento, ha efectuado en el formulario de solicitud.

Imprimir

ANEXOS 3. SUELDOS

COMISIÓN SECTORIAL No. 16 "TURISMO Y ALIMENTACIÓN" ESTRUCTURAS OCUPACIONALES Y PORCENTAJES DE INCREMENTO PARA LA REMUNERACIÓN MÍNIMA SECTORIAL

**RAMA DE ACTIVIDAD
ECONÓMICA:**

1.- AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO:
INTERNACIONALES, OPERADORAS DE
TURISMO, MAYORISTAS, DUAL
(INTERNACIONAL Y OPERADORA)

RECEPCIONISTA CERTIFICADA (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta)	D2	INCLUYE RECEPCIONISTA BILINGÜE, TELEFONISTA Y TELEFONISTA BILINGÜE (Establecimientos categoría Tercera y Cuarta); HOTELEROS Y NO HOTELEROS	1608551004172	318,64
COORDINADOR DE EVENTOS (Establecimientos categoría Lujó)	D2	HOTELEROS Y NO HOTELEROS	1608551004098	321,59
CONTADOR		ÁREA ADMINISTRATIVA	SE LE PAGARA 150 MENSUAL	450
COORDINADOR DE AREA DE OPERACIONES	D2	HOTELEROS Y NO HOTELEROS		318,96
GERENTE				500

ESTRUCTURA OCUPACIONAL Y PORCENTAJES DE INCREMENTO PARA LA REMUNERACIÓN MÍNIMA SECTORIAL

**RAMAS DE ACTIVIDAD
ECONÓMICA:**

1.- VENTA AL POR MENOR DE
COMBUSTIBLES
2.- COMERCIO AL POR MAYOR Y
MENOR

JEFE DE ADMINISTRACION	B2	1507500000002	326,68
JEFE DE VENTAS/MARKETING	B2	1507500000009	326,68

Fuente: <http://www.relacioneslaborales.gob.ec/tablas-de-incremento-para-la-remuneracion-minima-sectorial-y-tarifas/>