



**UNIVERSIDAD SAN FRANCISCO DE QUITO**

**Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo**

**MIKHUY TOURS” Descubre Quito en un Bocado”**

**Estudio de factibilidad para tour cultural y gastronómico por el  
Centro Histórico de la ciudad de Quito**

**Ambar Michelle Ortega Sánchez**

**Daniela Alessandra Arriola Meave**

**Mauricio Cepeda, MMH., Director de Tesis**

Tesis de Grado presentada como requisito

para la obtención del título de Licenciada en Administración de Empresas de  
Hospitalidad

Quito, abril de 2015

Universidad San Francisco de Quito

Colegio de Hospitalidad, Arte Culinario y Turismo

**HOJA DE APROBACIÓN DE TESIS**

Mikhuy Tours: Estudio de factibilidad para tour cultural y gastronómico por el centro  
histórico de la ciudad de Quito

Ambar Michelle Ortega Sánchez

Daniela Alessandra Arriola Meave

Mauricio Cepeda, MMH.

Director de Tesis

---

Renata Moncayo

Profesora CHAT

---

Mauricio Cepeda, MMH.

Decano del Colegio de Hospitalidad,

Arte Culinario y Turismo

---

**Quito, abril de 2015**

## © DERECHOS DE AUTOR

Por medio del presente documento certifico que he leído la Política de Propiedad Intelectual de la Universidad San Francisco de Quito y estoy de acuerdo con su contenido, por lo que los derechos de propiedad intelectual del presente trabajo de investigación quedan sujetos a lo dispuesto en la Política.

Asimismo, autorizo a la USFQ para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de investigación en el repositorio virtual, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: Daniela Alessandra Arriola Meave

Pasaporte: 4277827

Fecha: Quito, abril de 2015

Firma: \_\_\_\_\_

Nombre: Ambar Michelle Ortega Sanchez

C.I.: 1721336269

Fecha: Quito, abril de 2015



## DEDICATORIA

Queremos agradecer eternamente a nuestros padres por el esfuerzo y el apoyo incondicional que nos han brindado durante estos años. Por todo el amor y paciencia con el que nos acompañaron en esta travesía que es la universidad. Por permitirnos tener la posibilidad de aventurarnos en el mundo y enseñarnos cuáles son las cosas importantes en la vida. Gracias por enseñarnos a no soñar con la vida, sino a vivir nuestros sueños. Por último, gracias a la vida por juntarnos.

*“No te rindas, por favor no cedas,  
Aunque el frío queme,  
Aunque el miedo muerda,  
Aunque el sol se ponga y se calle el viento,  
Aún hay fuego en tu alma,  
Aún hay vida en tus sueños  
Porque cada día es un comienzo nuevo,  
Porque esta es la hora y el mejor momento.  
Porque no estás solo, porque yo te quiero”*

Mario Benedetti

## RESUMEN

Mikhuy Tours es una empresa turística que mezcla la historia y tradición del centro histórico de la ciudad con los manjares típicos de la zona. Un nuevo concepto en Quito para los turistas que buscan una experiencia lo más cercana posible de la realidad de un quiteño. La propuesta es brindar un servicio especializado, exclusivo e único para los turistas tanto nacionales como internacionales, y de esta manera puedan disfrutar de una alternativa diferente para conocer la ciudad.

## **ABSTRACT**

Mikhuy Tours is a company that merges the History of the city with the traditional food to give a different experience for the costumer. The concept is to bring a new alternative for tourists who want an exclusive and personalized journey filled with authenticity and experiences from Quito. The tour will be trough the different buildings and monuments of the “Centro Histórico” of Quito accompanied with all kinds of traditional snacks, for the tourist to have a true experience in the city.

## TABLA DE CONTENIDO

<b>1.</b>	<b>SUMARIO EJECUTIVO.....</b>	<b>10</b>
<b>2.</b>	<b>CONCEPTO DEL PROYECTO .....</b>	<b>11</b>
2.1	Tipo de empresa .....	11
2.2	Tipo de Concepto .....	12
2.3	Experiencia del cliente .....	13
2.4	Ubicación .....	14
2.5	Capacidad .....	15
2.6	Mercado meta .....	15
<b>3.</b>	<b>ESTUDIO DE FACTIBILIDAD .....</b>	<b>20</b>
3.1	Entorno Macroeconómico .....	20
3.2	Análisis de sitio .....	21
3.2.1	Situación legal y regularizaciones municipales .....	24
3.3	Análisis de la Oferta .....	27
3.3.1	Quito Tour Bus .....	28
3.3.2	Euroviajes .....	29
3.3.3	Metropolitan Touring .....	30
3.3.4	Casa 1028.....	31
3.4	Análisis de la demanda .....	33
3.5	Pronostico de ingresos y gastos.....	34
3.5.1	Costos fijos .....	37
	<i>Tabla 7.....</i>	39
3.5.2	Costos Variables .....	40
3.5.3	Estado de Resultados.....	41
3.6	Análisis de Rentabilidad .....	42
<b>4.</b>	<b>DESCRIPCION DEL TOUR .....</b>	<b>45</b>
4.1	Ruta y capacidad .....	45
4.2	Horarios y duración .....	45

<b>4.3</b>	<b>Paradas .....</b>	<b>45</b>
4.3.1	Parada 1: La Basílica .....	45
4.3.2	Parada 2: Plaza Grande y Palacio de Carondelet .....	46
4.3.3	Parada 3: La Compañía .....	47
4.3.4	Parada 4: Plaza San Francisco .....	48
4.3.5	Parada 5: El Panecillo .....	49
4.3.6	Parada 6: La Ronda .....	50
<b>5.</b>	<b>CONCLUSIONES .....</b>	<b>50</b>
<b>6.</b>	<b>Anexos.....</b>	<b>52</b>
<b>7.</b>	<b>REFERENCIAS .....</b>	<b>58</b>

## 1. SUMARIO EJECUTIVO

Mikhuy Tours Cía. Ltda. Es una compañía que otorga un servicio turístico para personas de todas las edades que visiten Quito. La propuesta es ofrecer un tour que fusionará la historia y la belleza arquitectónica del centro histórico de Quito con los sabores, texturas y olores de los más deliciosos manjares de la gastronomía ecuatoriana.

Queremos sacar adelante la gastronomía ecuatoriana, sobre todo Quiteña, que muchas veces es ignorada por los turistas, quienes no poseen una idea clara de la diversidad que contiene nuestro país y en especial la capital siendo el 64% dedicado a la producción de alimentos y bebidas, sin embargo la acogida del transporte turístico es baja el mismo que es un 3% .Es por esta razón que nace la idea es ofrecer algo nunca antes visto en la ciudad llevando a turistas a los lugares más emblemáticos mientras prueban los bocaditos tradicionales de la ciudad, es decir fusionaremos la gastronomía quiteña con el transporte turístico.

La inversión que se realizará será de \$ 30.837,00 los cuales serán suficientes para llevar a cabo este proyecto, de igual manera se recuperará bastante rápido lo que se invierte, es decir alrededor de 4 meses después de haber iniciado la empresa. Quito día a día se vuelve cada vez más fuerte en el ámbito turístico y debemos sacarle el máximo provecho así como también concientizar y desarrollar el turismo y la gastronomía de la ciudad. Planeamos lograr nuestros objetivos

aliándonos con los mejores proveedores de la gastronomía en el centro histórico así como los mejores hoteles de la ciudad para satisfacer a sus huéspedes

## **2. CONCEPTO DEL PROYECTO**

Al vivir en un país donde la diversidad es infinita, lleno de cultura, tradiciones y gente hospitalaria, hemos decidido crear una empresa que ayude a seguir fomentando el turismo en Ecuador y en especial en Quito. Una ciudad que la misma que ofrece a los turistas tanto nacionales como extranjeros lo mejor de su historia, arte, arquitectura colonial y por último una exquisita gastronomía diferenciándose del resto del país.

### **2.1 Tipo de empresa**

Mikhuy Cía. Ltda. Es una empresa que provee un servicio de tour de algunos de los lugares más característicos del centro histórico de Quito acompañándolo con la gastronomía típica de la ciudad.

Nuestra empresa se caracterizará por los siguientes valores, los cuales se transmitirán a nuestros clientes: confianza, respeto, responsabilidad, calidad en el servicio. Especialmente en el servicio, que trabajaremos en equipo desde los rangos más altos hasta los más bajos, para así lograr ser una empresa íntegra y prospera tanto para nuestros clientes como para nuestro equipo de trabajo. Por lo que se garantizará un servicio profesional y personalizado.

Comenzaremos siendo tres socias por lo que invertiremos en partes iguales y seremos parte de la directiva de la empresa de esta manera podremos dar un

seguimiento constante del funcionamiento de la empresa. Además podremos ver cuales son las fortalezas y debilidades que posee la empresa y poder lograr las metas establecidas como la recuperación del capital. Así, posteriormente, podremos tener sucursal en diferentes ciudades del país, por lo podremos ser reconocidos tanto nacional como internacionalmente.

## **2.2 Tipo de Concepto**

La idea principal es que los turistas, tanto extranjeros como nacionales, puedan experimentar los sabores de nuestra cultura a medida de que vayan conociendo los monumentos y edificios históricos, llenos de leyendas y sabiduría. Existe un adagio popular que dice lo siguiente: “Si quieres conocer un país adéntrate en su comida porque es la mejor manera de conectar al hombre con el entorno que lo rodea”.

Se ha decidido realizar dos tours por día, el cual constará con un mínimo de 10 y un máximo 28 pasajeros, de esta manera podremos obtener ganancias en nuestra empresa ya que la misma posee dos choferes y dos guías turísticos por día para poder realizar los tours previstos. A continuación presentamos una tabla en la que se puede observar detalladamente las actividades que realizarán nuestros turistas junto a nuestro equipo de trabajo.



<b>Hora de Salida Aproximado</b>	<b>Sector/Lugar</b>	<b>Acompañantes</b>
13:00 17:00	Plaza Foch Inicio Tour Oficinas	Chofer-Guía Turístico
13:30 17:30	Plaza Grande Oficinas	Guía Chofer-Guía
14:00 18:00	Iglesia de la Compañía Iglesia y Plaza San Francisco	Guía
15:30 17:30	El Panecillo	Guía
16:15 20:15	La Ronda	Guía
17:15 21:15	Retorno Plaza Grande	Guía-Chofer

Tabla 1.

### 2.3 Experiencia del cliente

El cliente experimentará cada una de las comidas y bebidas como lo haría un nativo de la ciudad, lo que buscamos es que combinen los momentos y paisajes con los sabores y texturas. Es por esta razón que se decidió hacer un recorrido acompañado de alimentos pequeños que no requieran de un servicio a la mesa. El turista podrá caminar alrededor de los sitios que se visitará y podrá observar la infraestructura colonial de las iglesias y casas existentes. Una vez que se terminen el alimento, se procederá con la ruta marcada, que en algunos casos es la visita interna de las iglesias.

Para lograr que los turistas estén satisfechos con la experiencia que adquirieron con nuestro, se realizó un análisis que comprendía toda la gastronomía que nos distingue tanto como país y como Quito. Además se buscó calidad del producto, sanidad, servicio e infraestructura del local. Sobre todo porque buscamos

que sea algo nuevo y diferente para el cliente, y de esta manera llenar e incluso superar las expectativas de nuestros clientes.

Finalmente, después del análisis realizado de cuáles serían los platillos elegidos, procedimos a escoger los locales que nos proveerán el servicio alimenticio. Uno a uno nos afirmó y se comprometió en darnos un producto de calidad con un servicio inigualable. Conjuntamente al alimento o bebida, nos proveerán una breve explicación de lo que se servirán, para esto deberemos hacer una reserva por parte nuestra y así confirmar la cantidad de producto y el espacio que se necesitará para dicha explicación.

## **2.4 Ubicación**

Nuestra oficina principal se localizará en la zona de la Mariscal o más conocida como Plaza Foch ubicada exactamente en la calle Luis Cordero N25 y Reina Victoria. Esta contará con un parqueadero vehicular destinado para el bus de la empresa, se decidió establecer la operación de la oficina en esta zona ya que es una de las más populares en cuanto a turistas.

Por medio de esta oficina se podrá realizar todo las diferentes transacciones tanto internas como externas, es decir las que están destinadas a nuestros clientes como información, venta de paquetes, y el buzón de sugerencias o quejas. El momento en el que el cliente procede a la compra de nuestros servicios no solo se le otorgara información de la ruta visitada sino también de quien será la persona encargada de mejorar su experiencia. Si es posible se presentará inmediatamente al

guía para crear una conexión más cercana entre el cliente y nuestro equipo de trabajo.

Nuestro tour se realizará únicamente en el centro histórico donde tendremos cinco paradas principales. Empezará en la Mariscal donde es la oficina, la primera parada será en la Basílica, la segunda será en la Plaza Grande, la tercera en el Panecillo y la final en la Ronda. Posteriormente se cerrara el circuito volviendo al punto de partida. Esas son las paradas específicas que tendrá el bus, sin embargo los clientes podrán visitar algunos otros lugares extras que realizaremos caminando.

## **2.5 Capacidad**

Al realizar un análisis económico y financiero para generar las ganancias después de la inversión, sueldos e imprevistos, se decidió alquilar un Bus con una capacidad de 28 personas, más el chofer y un guía quienes estarán presentes durante todo el trayecto de movilización vehicular.

## **2.6 Mercado meta**

Nuestro producto se enfoca en turistas que primeramente se sientan atraídos por la gastronomía de nuestra ciudad. Personas que estén dispuestas a gastar un poco más por un producto más completo que un simple tour por la ciudad. Dado que el precio será de \$35, a diferencia del Quito tour bus que tiene un costo de \$15,

buscamos un público de poder adquisitivo más elevado. Personas que disfruten de probar cosas nuevas y descubrir la gastronomía de otro país.

Los datos fueron recogidos de diferentes páginas de internet del Ministerio de Turismo del Ecuador, el cual nos facilitó las cifras más recientes de los estudios realizados. Posteriormente, con el único fin de saber si el turismo en el Ecuador se ha incrementado o no, estos datos van desde el año 2009 hasta el año 2014, en donde se puede observar que el 27% de los extranjeros provienen de Estados Unidos, seguidos con el 12% de nacionalidad colombiana, el 7% provienen de España y el resto está comprendido por países como Alemania, Francia, México, Chile y Reino Unido, sin olvidar a los residentes. En estos datos también se puede observar que el lugar más visitado es el Centro Histórico de Quito, con un 35,1% entre los sitios más visitados.

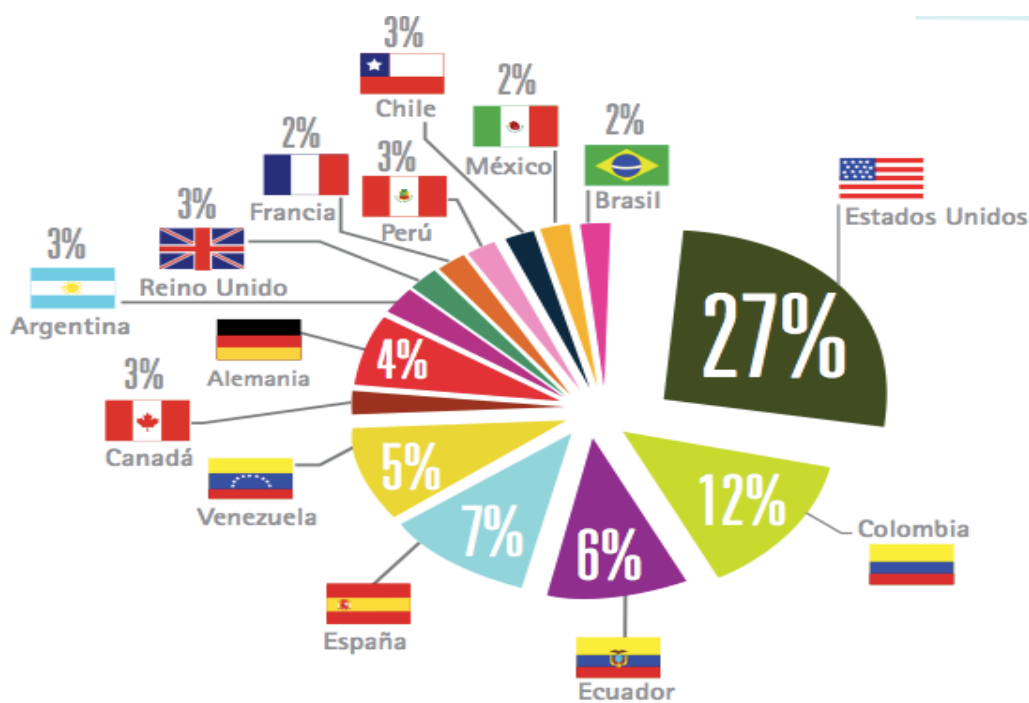


Imagen 1.

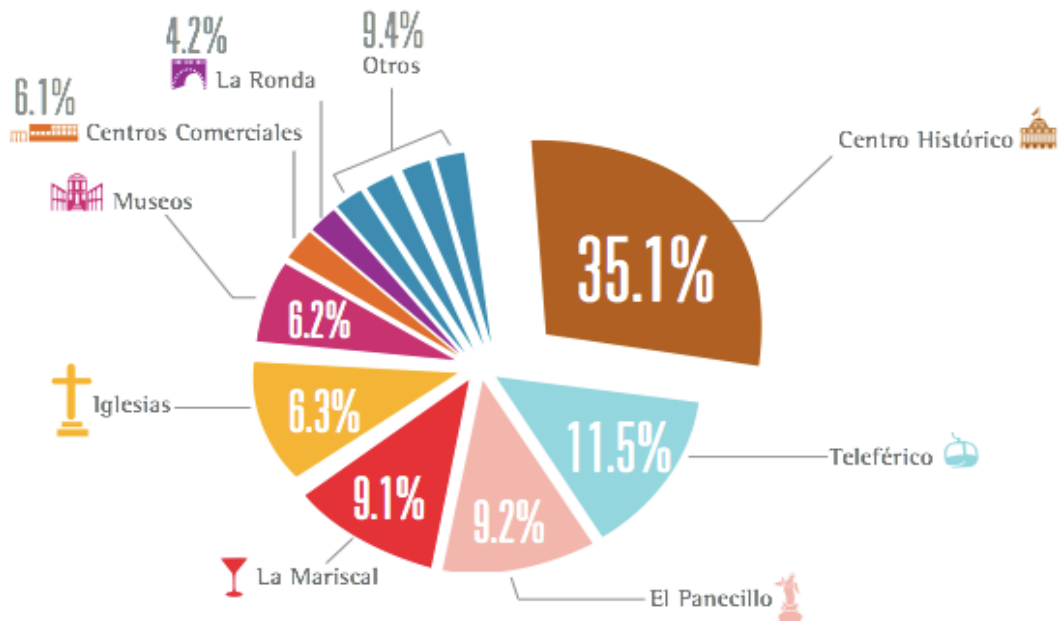
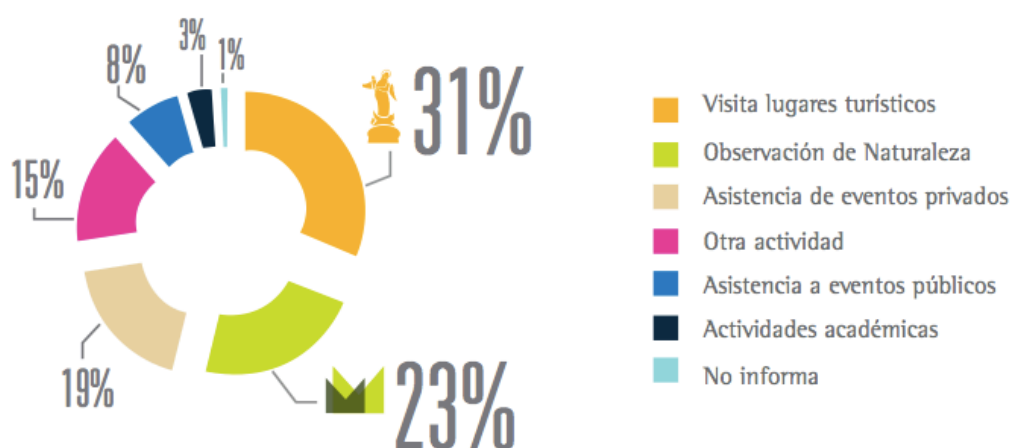


Imagen 2.

Además, también nos brinda información adicional que nos ayuda de mejor manera a establecer el target al que estamos dirigiéndonos, ya que el 35% de los turistas comprenden una edad entre los 30 y 45 años en promedio, seguido de un 24% que comprenden una edad entre los 18 a 30 años. También se podría decir que

## ACTIVIDADES REALIZADAS POR TURISTAS EN QUITO



nte el país, ya que el 75% escogen la ciudad como su destino final, más no sólo como conexión para llegar a su destino final.

el  
motiv  
o de  
sus  
viajes  
es  
cono  
cer  
cultur  
alme

## GRUPOS DE EDAD DEL TURISTA DE QUITO

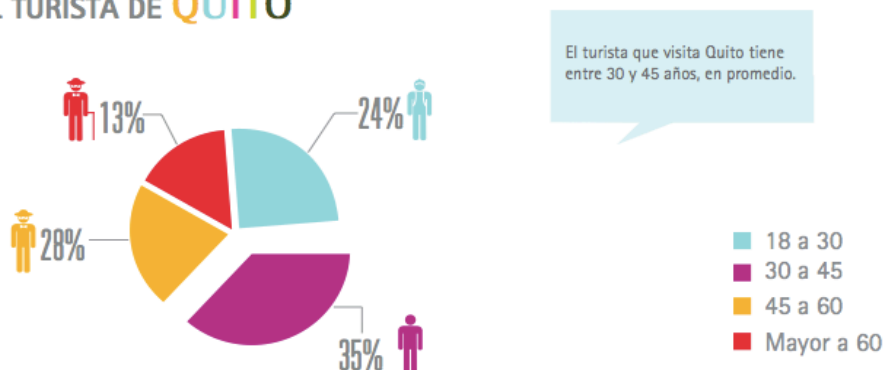


Imagen  
3.

E

s así

como también se pudo evidenciar y comprobar la factibilidad de la creación de Mikhuy Tours, ya que no es necesario que el turista venga en un gran grupo de personas para tomar el Tour. Según las estadísticas del Ministerio de Turismo, el 65% de los turistas viajan solos, mientras que tan solo el 19% viaja en grupo. Por último, se pudo ver y comprobar que la principal razón por la que Quito es visitado es debido a sus lugares turísticos, localizados mayormente en el centro de la ciudad como se puede observar en la imagen siguiente.

*Imagen 4.*

### **3. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD**

#### **3.1 Entorno Macroeconómico**

El entorno macroeconómico de la ciudad de Quito es bastante estable y favorable, para la mayoría de negocios, existen mejores condiciones en comparación al resto de ciudades del país. Dicha ciudad posee factores de productividad, educación, talento humano e infraestructura que motiva a las empresas a tener un crecimiento más rápido y confiable. Por lo que a nosotros como nuevos emprendedores nos ayudará a tener una rentabilidad positiva en el negocio invertido.

Posteriormente, se analizaron las características políticas del país las mismas que han tenido un gran auge en los últimos años ayudando a la productividad y desarrollo en la economía y turismo del país. El Gobierno del actual presidente se ha enfocado en promocionar el turismo por lo que han desarrollado campañas publicitarias tanto a nivel nacional como internacional, entre las más conocidas son "All you need is Ecuador". Esta campaña tiene como objetivo llegar a diferentes países que desconocían de la belleza y cultura que se posee, por lo que han implementado comerciales tanto en las redes sociales como en la televisión, por lo que se espera que en los próximos años el turismo en el Ecuador tenga una alta popularidad y rentabilidad económica.



Al existir la dolarización en nuestro país, ha desarrollado un mayor interés en los turistas extranjeros por visitarnos ya que es mucho más cómodo y no es necesario hacer cambio de moneda en especial para nuestros principales visitantes que son turistas estadounidenses.

De igual manera los factores económicos tanto nacionales como internacionales tienen una gran influencia dentro de la empresa, como por ejemplo, la inflación podrá afectar los futuros flujos de efectivo. De esta manera se podría ocasionar un incremento en ciertos productos alimenticios o en la gasolina generando un alza de precios por parte de nuestros proveedores. Se analizaría la situación para determinar si es necesario realizar ajustes en la tarifa del tour o si podemos bajar los costos en alguna otra parte.

### **3.2 Análisis de sitio**

Los paquetes turísticos que son ofrecidos al turista siempre están enfocados a atractivos más exóticos, como las Islas Galápagos, la Amazonia, el turismo comunitario, los accidentes geográficos: volcanes y cordilleras. Sin dar mayor valor a la ciudad de Quito, que es considerada Patrimonio Cultural de la Humanidad, siendo un lugar propicio para que historiadores y antropólogos estudien la influencia española y el colonialismo en América Latina. Más específicamente, el centro histórico está plasmado en cada una de sus esquinas con iglesias y edificios históricos, además de las viviendas de la época. Por esta razón, nuestra empresa se enfocará en dar a conocer a nuestros clientes la bella ciudad Quito, tratando promocionar más el turismo y la gastronomía de la misma.

## Mapa Centro Histórico



Imagen 5.

Como se puede observar en el mapa de la ciudad todo el terreno está bien distribuido y no es necesario hacer evaluaciones topográficas ya que es un lugar cultural y se responsabiliza la alcaldía de la Ciudad.

El Centro histórico de Quito cuenta con un amplio y positivo acceso para los turistas, en donde se podrán sentir seguros y a gusto en un ambiente acogedor. Gracias a la gran existencia de seguridad nacional como los policías metropolitanos y de tránsito alrededor de todo el centro histórico, el turista se sentirá en un ambiente cálido y acogedor. La seguridad será siempre una de nuestras mayores prioridades.

Quito, al estar rodeada de varias montañas, complica la visualización completa desde el centro histórico. Es por esta razón que nosotros ofrecemos una

Ruta gastronómica y cultural para que visiten y conozcan los diferentes sitios turísticos de la zona.

Como es sabido, la ciudad de Quito cuenta con un clima templado la mayor parte del año, con eventuales precipitaciones, lo que significa que el clima es favorable casi todo el año para este proyecto. La ciudad tiene una altitud que va entre los 2200 metros sobre el nivel del mar, hasta los 3100 metros sobre el nivel del mar , y la temperatura varía desde los 10°C ( 50°F) hasta los 22°C (71°F). Existen periodos secos que van desde Junio a Septiembre donde hay más producción de calor, con intervalos de ventiscas que van desde Agosto hasta Octubre, y finalmente un periodo lluvioso que va de Enero a Abril con mayor humedad en los meses de Marzo y Abril.

Además la ciudad tiene algo muy peculiar, en una cuadra en cualquier parte de la urbe puede estar lloviendo y en la siguiente puede hacer sol. Generalmente es un clima amigable con el turista, lo cual beneficia al servicio que se quiere brindar para que el mismo conozca un poco más de la cultura Quiteño-Ecuatoriana en cuanto a su gastronomía.

Con un clima impredecible es necesario recomendar al turista que la vestimenta que traigan consigo sea “removible”, es decir, que se pueda remover fácilmente debido a los cambios de temperatura que puedan existir. Así como también los diferentes complementos para protegerse tanto del sol como de la lluvia. Para nuestro proyecto el clima, además de ser novedoso para el turista es totalmente manejable, es muy fácil de adaptar al turista a las condiciones climáticas

que se pueden presentar de un momento a otro, con los diferentes complementos antes mencionados ya sean personales o provistos por la empresa turística.

En conclusión se puede determinar que el vecindario es apto para este tipo de actividades recreacionales y turísticas que enriquecen el conocimiento del turista, que lo único que desean es aprender una nueva cultura. Además de conocer las diferentes maneras en las que los productos nacionales pueden ser transformados en alimentos de diferente forma y textura, combinando sabores nunca antes imaginados.

### **3.2.1 Situación legal y regularizaciones municipales**

Nuestro negocio cuenta con servicio turístico y gastronómico tenemos que regirnos a las normas de regularización de bares, restaurantes ya que proveeremos alimentos a nuestros clientes.

Por lo que se necesita la siguiente documentación para la legalización y apertura de Mikhuy Tours.

- Solicitud para permiso de funcionamiento.
- Planilla de Inspección
- Licencia anual de funcionamiento otorgada por la Corporación Metropolitana de Turismo (restaurantes, bar-restaurantes, cafeterías en caso de estar en sitios turísticos)
- Certificado de capacitación de manipulación de alimentos.

- Copia RUC del establecimiento
- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del Ministerio de Salud (el certificado de salud tiene validez de 1 año desde su emisión)

Nuestras oficinas se encontrarán ubicadas en el sector de la Mariscal, hemos decidido optar por este lugar por la concurrencias de turistas tanto nacionales como extranjeros los mismos que estarán interesados en nuestro servicio. Si bien el costo de renta puede ser un poco más alto, en la industria de la hospitalidad y turismo la ubicación es muy importante. Esta privilegiada ubicación nos ayudará a que nuestro negocio sea rentable, ayudándonos a recuperar nuestro capital invertido de una manera mucho más rápida y segura.

El local comercial que se arrendara se encuentra ubicado exactamente en las calles Mariscal Foch en la Calle Luis Cordero N25 y Reina Victoria, siendo un lugar visible para nuestros clientes y con varias comodidades para nosotros como emprendedores. El local es amoblado, lo cual nos permite disminuir costos de inversión, pero aun así habrá que hacer ciertas adecuaciones. Cuenta con 50 metros cuadrados, 3 habitaciones, servicios básicos agua, luz, teléfono y parqueadero, por lo que nos facilitaría distribuir las diferentes ramas administrativas dentro del mismo lugar también cuenta con un baño. Consideramos que el valor del arriendo de \$500 es cómodo y prudente por el lugar en donde se encuentra.



Imagen 6.

Ubicación del Sector y Lugar comercial.

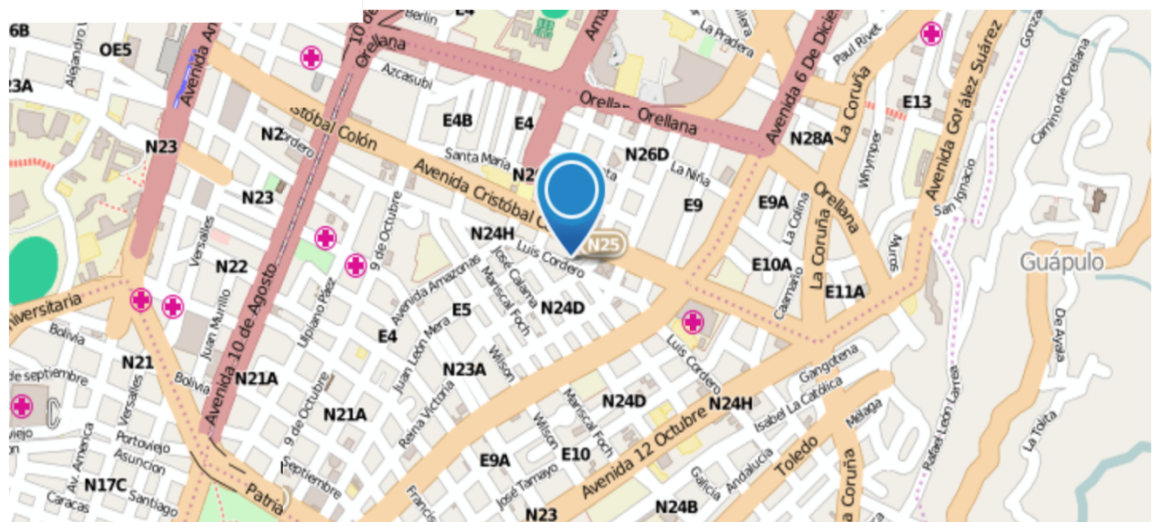


Imagen 7.

### 3.3 Análisis de la Oferta

La metodología que se utilizó para determinar la oferta existente en el mercado al cual nos estamos dirigiendo fue la del método de entrevistas, realizadas a las diferentes Agencias de Viajes en la Ciudad de Quito. El factor motivador para la ejecución de estas entrevistas es que las Agencias de Viajes son las encargadas de promocionar el turismo en nuestro país, recalcando las diferentes características de los destinos turísticos, además de los servicios que ofrecen junto con los viajes que se realizan en dicha ciudad. Así como también participan en la selección del tour más adecuado y seguro para el turista, para de esta manera lograr que su estadía en el país sea grata y tenga una experiencia inolvidable.

Otra fuente de análisis de oferta fue la búsqueda de información por las diferentes páginas de internet del Ministerio de Turismo y Medio Ambiente, ya que por medio de estas se puede promocionar el país y se puede encontrar información cualitativa y cuantitativa que ayude al turista a saber un poco más del país.

De esta manera, se analizó con mayor profundidad varias Agencias de Viajes que ofrecen algo parecido a lo que nuestra empresa pretende entregar, con diferentes cosas pero tienen el mismo fin: brindar conocimiento histórico, cultural y gastronómico a los turistas que visitan la ciudad. Fue así como se pudo evidenciar y definir de una manera más clara cuál es la competencia directa que existe para el servicio propuesto.

### 3.3.1 Quito Tour Bus

Nuestro principal competidor directo es Quito Tour Bus, el cual brinda un servicio de transporte para conocer la Ciudad de Quito, realizando diferentes paradas por los sectores más turísticos de la ciudad, involucrando a los turistas nacionales y extranjeros en un recorrido por el Centro Histórico de la ciudad, el cual es nuestro lugar de trabajo. Quito Tour Bus ofrece un servicio por el cual los turistas abordan el bus y se pueden bajar en cualquiera de las paradas establecidas y conocer por ellos mismos el sector. Una vez ya listos para la siguiente parada, solo es cuestión de esperar el bus para avanzar a la siguiente parada. Dentro del bus se les ofrece información respectiva y existe un sistema de audio-guía en inglés y español, este bus funciona todo el día y tiene un costo de 15,00 dólares por persona adulta y 7,50 dólares por cada niño.

Es considerado uno de nuestros mayores competidores directos ya que ofrece un tour, como se mencionó anteriormente, que involucra el Centro de Quito y brinda como opción al turista que se baje del bus en cualquiera de sus paradas para que pueda caminar e involucrarse en la vida cotidiana de los quiteños. Sin embargo, el turista al no tener un guía especial para poder entender y aprender de mejor manera, no se beneficia tanto ya que, si los turistas se encuentran al libre albedrío, están expuestos a los peligros que pueden suceder si no se toman las medidas de seguridad adecuadas y previamente dispuestas para tal efecto. Esto sin mencionar que en caso de que haya niños hay que tomar medidas aún más cautelosas por el alto índice de extravíos de menores, además de que tendrían que aprender de la



historia por su propia cuenta y eso en muchos de los casos no es tan satisfactorio para el turista, ya que puede que no cumpla con las expectativas propuestas por éste al emprender su viaje.

### **3.3.2 Euroviajes**

Otro de los principales competidores directos es la Agencia de Viajes “Euro Viajes”, quienes proveen tours por toda la ciudad, involucrando así el Centro de Quito como un paquete que ellos ofrecen para visitarlo y lo hacen funcionar tanto en el día como en la noche. En este tour se brinda una breve explicación de cada uno de los famosos y más visitados monumentos arquitectónicos del Centro de Quito, así como también de las plazas históricas, finalizando con una visita al mirador del Panecillo con un guía especializado en la historia del lugar. La duración máxima es de tres horas y el costo de este tour es de 34,60 dólares por persona, pero no incluye tickets de entrada a ningún monumento, a excepción del Mirador del Panecillo.

Además, es considerado también uno de los competidores directos que tenemos ya que ofrecen un tour aún más especializado y tiene como apoyo un guía que les puede informar y ayudar con las dudas que los turistas tengan acerca de los lugares que van visitando. Sin embargo, este tour se enfoca solamente en los monumentos, su estructura y como fueron elaborados los lugares históricos del Centro de Quito; con respecto al precio, se podría decir que es muy similar al que la empresa ofrece, con una leve diferencia, la misma que radica en que si aumentamos los tickets que tiene que pagar por sí mismo el turista, le da el mismo

valor propuesto por nuestra empresa. Además, cabe indicar que el servicio que ofrecen es tan solo un tour por el centro colonial y los conocimientos históricos y no hacen nada para que el turista se sienta parte del lugar y así pueda interactuar de alguna manera con el entorno.

### **3.3.3 Metropolitan Touring**

Como otro de nuestros grandes competidores podemos considerar a la empresa Metropolitan Touring, que es una agencia de viajes en la cual se ofrecen diferentes tours por el Centro de Quito, realizando diferentes actividades en las cuales el turista puede vivir de cerca cómo es la vida cotidiana de un quiteño, cómo se elaboran las diversas artesanías y también la historia del Patrimonio Cultural. Además, también ofrecen conocer acerca de la gastronomía del país y las edificaciones arquitectónicas del Centro de Quito, todo esto se lo puede encontrar en su página de internet pero no contiene los precios de cada tour, lo que fuerza al turista a llamar o buscar información adicional de manera personal acerca del tour, que también se realiza durante el día.

Esta agencia de viajes es también uno de nuestros competidores directos, pero a diferencia de Mikhuy ellos ofrecen tours para todas estas actividades por separado con precios parecidos a los nuestros, hasta se podría decir un poco más altos de lo establecido. Con respecto al aspecto gastronómico, ellos ofrecen conocer acerca de la gastronomía del país, mas no de nuestra ciudad en sí, que es en lo que nuestra empresa se está enfocando. La agencia también menciona en sus tours

llevarlos a conocer los restaurantes más caros, que a comparación de nuestro tour es hacerles conocer lo autóctono de nuestra ciudad y por qué no del país, mediante la degustación de comidas típicas y extravagantes que para la mayoría de los turistas son totalmente nuevas y novedosas. Simplemente la manera en la que son realizados o servidos es diferente a la de sus países de origen, lo que causa una intriga y llama la atención, y por consiguiente invita al paladar al querer probarlos.

#### **3.3.4 Casa 1028**

El último competidor directo considerado por nosotros es la Casa 1028, en la cual se ofrece comida típica gourmet dentro de un bus. Este, a su vez, tiene varios recorridos tanto en el día como en la noche a diferentes sectores del Centro de Quito. Incluye un guía turístico que va narrando las historias y leyendas de la capital, acompañado siempre de un almuerzo o una cena de degustación con algunos de los platos típicos de la ciudad, cuyos costos varían dependiendo del servicio que el cliente necesita. En el caso de requerir serenatas o música en vivo, en general se le añade un cargo extra al precio normal; los precios varían desde los 37,00 dólares en adelante, sin contar con los cargos extras en el caso de que se requieran, como se mencionó anteriormente. Este valor tampoco incluye las propinas, ya que este es un servicio privado, el cual funciona solo mediante reserva previa y con el personal adecuado para tener una comida gourmet.

A diferencia de Mikhuy con respecto al servicio que ofrecen, es distinto y mucho más formal, ya que ellos ofrecen una cena gourmet para un grupo de personas que hicieron una reserva y quisieran conocer el Centro de Quito y vivir una

experiencia un poco más elegante. Sin embargo, los precios en comparación a los estipulados en la Casa 1028 y Mikhuy no tienen mucha diferencia. Con respecto a la experiencia, como ya se mencionó, la empresa tiene como objetivo mostrar a los turistas tanto nacionales como internacionales la comida típica del sector de una manera más autóctona. Además, sin mencionar que para nuestra empresa no es necesario hacer una reserva, ni tener un número exacto de personas para que puedan vivir esta experiencia.

Al observar a todos nuestros competidores, junto con el producto y servicio que ofrecen al turista, fue mucho más fácil enfocarnos en los intereses que tendrían los clientes, ya que el nuestro es un servicio distinto e innovador, que llama la atención por las actividades a realizar durante el tour, además del aprendizaje que se va a ejercer y la experiencia que se va a vivir durante el mismo. Así como también con las encuestas realizadas se puede definir a qué segmento de mercado turístico es al que deseamos llegar, por lo que se estableció que nuestro target serán los extranjeros en un porcentaje mucho más alto en comparación al nacional, cuyas edades estén comprendidas a partir de los 26 años en adelante, que tengan interés por probar los sabores tradicionales de la Ciudad de Quito, que quieran conocer la cultura quiteña a través del paladar y que vean a este tour como una experiencia gastronómica inolvidable. A continuación presentaremos un cuadro comparativo, el mismo que brinda información de costos y además la ruta de nuestros posibles competidores.

COMPETIDORES	RUTA	TARIFA APROXIMADA	OPORTUNIDADES
Euroviajes	Iglesia de la Basílica	\$34,60	A comparación de Mikhuy Tours, este no ofrece comida a ningún momento del viaje por lo que es una ventaja para la empresa.
	Plaza de la Independencia		
	Iglesia de la Catedral		
	Palacio de Gobierno		
	Iglesia de la Compañía		
	Iglesia San Francisco		
Metropolitan Touring	Mirador El Panecillo	-	A comparación de Mikhuy Tours, la empresa no muestra sus costos lo que en algunos de los casos ahuyenta al cliente.
	Plaza de la Independencia		
	Iglesias		
	Centro Histórico		
Quito Tour Bus	Mirador El Panecillo	\$ 15.00	La empresa no ofrece un guía personalizado para el tour, ni comida durante el mismo.
	Iglesia de la Compañía		
	La Ronda		
	Plaza Grande		
Casa 1028	Iglesia San Francisco	\$37,00	A comparación de Mikhuy Tours no necesitas reserva ni un número exacto de personas para realizar el tour.
	Plaza San Francisco		
	Iglesia de la Basílica		

Tabla 2.

A diferencia de nuestros competidores, nuestra empresa ofrece un servicio diferente en el que no existe una competencia definida. A pesar de eso, se debe tener un continuo estudio de Mercado, las necesidades y las diferentes preferencias de gusto que tienen los turistas, ya que estamos hablando de viajeros de todo el mundo.

Gracias a las campañas que está realizando el Gobierno de nuestro país con "All you need is Ecuador", se ha logrado incrementar la tasa de ingresos de turistas al país, lo cual nos beneficia a las diferentes empresas de turismo, fomentando que la gastronomía ecuatoriana sea apetecida y reconocida internacionalmente.

### 3.4 Análisis de la demanda

Para determinar la demanda de nuestra empresa, se decidió hacer un estudio estadístico del ingreso de extranjeros al país, enfocándonos en cuántos son los que escogen Quito como su destino final, para poder así determinar cuántos extranjeros vienen al país por cada año, además de cuáles son las temporadas más altas, los meses más visitados y en qué fechas importantes deciden aprovechar para conocer un poco más de la cultura quiteña.

En la investigación que se realizó, obtuvimos datos importantes, tales como: cuántos turistas ingresan al país, el rango de edad y estado civil, si son solteros o casados. Esto nos ayudó a establecer de una mejor manera nuestra ruta gastronómica dentro del Centro de Quito y los posibles productos alimenticios que ofreceremos, además del costo que tendrá el tour por persona.

### **3.5 Pronostico de ingresos y gastos**

Para poder crear un pronóstico lo más realista posible utilizaremos los tres primeros años del funcionamiento de la empresa. Hoy en día el turismo es cada vez más importante en el Ecuador, los datos específicos del año 2014 entero aún no se han publicado, se publican en junio del presente año, sin embargo tenemos el dato de que de mayo 2013 a mayo 2014 hubo un incremento en el turismo nacional de un 16%. Si nos situamos específicamente en la ciudad de Quito tenemos un incremento de 234.437 turistas de enero 2012 a mayo 2013 a 261.353 desde enero 2013 a mayo 2014, por lo que en el último año se ha registrado un incremento de aproximadamente 11%. Sin embargo, se espera que el año 2015, 2016 y 2017 el

incremento sea mucho más alto debido a las varias campañas turísticas en las que ha invertido el ministerio de turismo, entre ellas tenemos la campaña de las letras de ALL YOU NEED IS ECUADOR y la inversión del comercial en el Super Bowl. A pesar de que se espera un crecimiento más amplio, no tenemos datos concretos por lo que tomaremos el 10% como la tasa de crecimiento que tendremos en el negocio.

Según los datos revelados por el ministerio de turismo el 31% de los turistas de Quito visitan el centro histórico. Para poder determinar la cantidad de turistas que recibiríamos hicimos un estudio del mercado. Primero estudiamos a nuestra competencia, entre ellos el “Quito tour bus” y la “Casa 1028”, al encontrarnos nosotros en la mitad de los dos. Dado que el Quito tour bus es un sistema que sale un nuevo tour cada hora de 9 a.m. a 4 p.m. y que en cada parada la gente puede subirse o bajarse es difícil comparar nuestra ocupación a la de ellos. Además en la Casa 1028 es un sistema con previa reserva, que solamente sale si es que hubiese más del 50% de ocupación y en días específicos. Por lo que para poder prever cuantas personas aproximadamente usarían nuestro servicio analizamos directamente en los puntos turísticos. Hicimos un estudio en la Iglesia La Compañía y en La Basílica para calcular aproximadamente cuantos turistas extranjeros las visitan diariamente. El número en un día sábado de la iglesia La Compañía es de 413 y de La Basílica es de 376, lo que nos da aproximadamente 400 turistas al día, tanto nacionales como internacionales. Este número puede variar dependiendo de la época, aumenta durante la semana santa, verano y fin de año. Según los datos del ministerio determinamos que el 31% del total visita el centro, este 31% representa

aproximadamente 530 personas por día. Por lo que nos basaremos en que 450 personas visitan el centro histórico de Quito al día para nuestras proyecciones.

Nuestra capacidad máxima es de 56 personas al día ya que nuestro tour tiene dos turnos cada uno de 28 personas. Debido al alto precio que tiene nuestro tour podemos proyectar que tendremos una ocupación de 65% durante la semana y un 85% durante los fines de semana por lo que tendríamos un promedio de ocupación de 70% por día anualmente durante nuestro primer año, posteriormente aumentara de un 10% a medida de que la cantidad de turistas va aumentando y el tour va tomando popularidad. Si el crecimiento se da solamente en un 10% al llegar al quinto año tendremos que añadir un bus extra, sin embargo existe la posibilidad de que se dé antes.

Según los datos obtenidos en el ministerio de Turismo, en el año 2013 se tuvo alrededor de 582 288 turistas en Quito y en el año 2014 hubieron 631 332 turistas, lo que nos da un crecimiento de alrededor de 10% anual para los próximos años. De acuerdo a las estadísticas, solamente el 33% de los visitantes de Quito se dirigen hacia el centro histórico de Quito, mientras el resto tiene otras actividades como conferencias, negocios, etc. Después de un análisis y estudio de los turistas que vienen a la ciudad concretamos con las agencias de viajes que alrededor de un 4,5% del total de turistas diarios del centro histórico estarían dispuestos a contratar nuestro servicio.



	2013	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Turistas en Quito</b>	582.288,00	631.332,00	694.465,20	763.911,72	840.302,89	924.333,18
<b>Turistas en el centro histórico</b>	180.509,28	195.712,92	215.284,21	236.812,63	260.493,90	286.543,29
<b>Turistas usuarios</b>	-	-	7.033,60	7.736,96	8.510,66	9.361,72

Tabla 3.

### 3.5.1 Costos fijos

En los costos tenemos dos tipos, los costos fijos y los costos variables. Los costos fijos incluyen los costos administrativos y los costos operacionales que haya o no clientes en nuestra empresa siempre debemos pagarlos. Los costos administrativos incluyen todos los gastos que se harán para mantener nuestra oficina, estos son: la renta mensual que se deberá pagar, los suministros necesarios, los servicios básicos como la luz, el internet y el agua.

OFICINA	Mensual	Anual
<b>Alquiler</b>	\$ 500,00	\$ 6.000,00
<b>Servicios Basicos</b>	\$ 300,00	\$ 3.600,00
<b>Suministros</b>	\$ 300,00	\$ 3.600,00
<b>TOTAL GASTOS OFICINA</b>	<b>\$ 1.100,00</b>	<b>\$ 13.200,00</b>

Tabla 4.

Además de los gastos de la oficina tenemos los gastos del personal, en este caso empezaremos con el mínimo posible para poder crear la empresa y empezar el funcionamiento. Tendremos tres departamentos que estarán al mismo nivel, estos son Recursos Humanos, Marketing y Ventas y Contabilidad, además del gerente general de la empresa. Los salarios serán bajos para poder empezar la empresa de la mejor manera. En el departamento de Recursos Humanos tendremos incluido al personal de limpieza. En el departamento de Marketing y Ventas tendremos incluidos

al personal de servicio al cliente y a los guías turísticos. Además del salario mensual que recibirán debemos tomar en cuenta el décimo tercero y el décimo cuarto instaurado por la ley ecuatoriana. Por lo que en el primer año tendríamos gasto salarial de la tabla siguiente:

PERSONAL	Mensual	Anual	IESS	Fondo Reserva	Uniformes	Decimo tercero	Decimo cuarto	TOTAL ANUAL
Guia Turísticos	\$ 450,00	\$ 10.800,00	\$ 1.009,80	\$ 899,64	\$ 120,00	\$ 450,00	\$ 354,00	\$ 14.083,44
Limpieza	\$ 360,00	\$ 4.320,00	\$ 403,92	\$ 359,86	\$ 60,00	\$ 360,00	\$ 354,00	\$ 6.217,78
Marketing	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 499,80	\$ 60,00	\$ 500,00	\$ 354,00	\$ 8.474,80
Recursos Humanos	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 499,80	\$ 60,00	\$ 500,00	\$ 354,00	\$ 8.474,80
Contabilidad	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 561,00	\$ 499,80	\$ 60,00	\$ 500,00	\$ 354,00	\$ 8.474,80
Servicio al Cliente	\$ 360,00	\$ 8.640,00	\$ 807,84	\$ 719,71	\$ 120,00	\$ 360,00	\$ 354,00	\$ 11.361,55
Gerente General	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 785,40	\$ 699,72	\$ 60,00	\$ 700,00	\$ 354,00	\$ 11.699,12
<b>TOTAL COSTO PERSONAL</b>	<b>\$ 3.370,00</b>	<b>\$ 50.160,00</b>	<b>\$ 4.689,96</b>	<b>\$ 4.178,33</b>	<b>\$ 540,00</b>	<b>\$ 3.370,00</b>	<b>\$ 2.478,00</b>	<b>\$ 68.786,29</b>

Tabla 5.

En cuanto a los costos operacionales tenemos principalmente el alquiler de los buses. Después de un arduo análisis de las ventajas y desventajas de comprar o alquilar el bus que será el transporte primario de nuestro tour optamos por alquilarlo durante los primeros años. Posteriormente, si el tour llega a tener un mayor alcance y las utilidades nos lo permiten optaríamos por la compra del bus. Decidimos optar por un contrato del bus de aproximadamente \$2.400 mensuales, sin embargo no tendremos que encargarnos de la gasolina, permisos o mantenimiento lo cual es bueno para una empresa nueva. En la siguiente tabla tenemos las ventajas y desventajas del alquiler o la compra de los buses para tener una idea más clara de nuestra elección:

<b>COMPRAR BUS</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
	A largo plazo el activo sería propio	Gasto de Gasolina
	Amortización(se paga menos impuestos)	Gasto de matricula, SOAT y mantenimiento
	Seguridad de que lo tendremos siempre	Préstamo e intereses con el banco
<b>ALQUILAR EL BUS</b>	<b>VENTAJAS</b>	<b>DESVENTAJAS</b>
	No tenemos que pagar la gasolina	Pago constante y no llega a ser nuestro
	No debemos preocuparnos por la matriculación ni el mantenimiento	No estamos 100% seguros de que llegará siempre a tiempo
	No tendríamos una deuda con el banco ni pagaríamos intereses	No podemos adecuarlo al servicio al 100%

Tabla 6.

En resumen, los gastos que incluyen los gastos administrativos y los gastos operacionales en el primer año serian en total:

<b>GASTOS ANUALES</b>	
<b>Gastos Operacionales</b>	
Alquiler Bus	\$ 29.200,00
Comisión Agencias de viajes	\$ 36.394,66
Alimentos y Bebidas	\$ 99.525,44
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 165.120,10</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	
Oficina	\$ 13.200,00
Salarios	\$ 68.786,29
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 81.986,29</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 247.106,39</b>

Tabla 7.

### 3.5.2 Costos Variables

Nuestro tour, al ser turístico y gastronómico por el centro de Quito tiene costos que son ajenos a nuestra empresa. Estos son todos los alimentos y bebidas de los diferentes restaurantes y huecas del centro histórico y además las entradas a las diferentes atracciones turísticas que visitarán durante nuestro tour. Después de dialogar y llegar a un acuerdo con cada uno de los lugares que nos proveerán los alimentos y las bebidas tenemos los costos en la tabla siguiente para cada una de ellas. En cuanto a los atractivos turísticos, lamentablemente no bajan el precio a ningún tour. Además en cuanto los turistas adquieran su ticket para el tour se les hará la entrega de un folleto explicativo y un lapicero con el logo de Mikhuy Tours. Por lo que todos los costos variables quedarían así:

<b>COSTOS VARIABLES</b>	
<b>COMIDA Y BEBIDA</b>	
Canelazo	\$ 0,50
Vino Hervido o Chocolate con Queso	\$ 1,50
Colada Morada	\$ 0,35
Empanada de morocho	\$ 0,75
Empanada de verde	\$ 0,75
Empanada de viento	\$ 0,50
Sánduche de pernil	\$ 1,00
Espumilla	\$ 0,25
Pristiños	\$ 0,25
Chocolates artesanales	\$ 0,80
Dulces tradicionales	\$ 1,25
Quimbolitos	\$ 0,75
<b>TOTAL COSTO COMIDA Y BEBIDA</b>	<b>\$ 8,65</b>
<b>ATRATIVOS TURISTICOS</b>	
Iglesia Basílica	\$ 2,00
Iglesia La Compañía	\$ 2,00
<b>TOTAL COSTO ATRACTIVO TURISTICO</b>	<b>\$ 4,00</b>
<b>SOUVENIRS</b>	
Folleto	\$ 1,00
Lapiceros	\$ 0,50
<b>TOTAL COSTO SOUVENIRS</b>	<b>\$ 1,50</b>
<b>TOTAL COSTO POR PERSONA</b>	<b>\$ 14,15</b>

Tabla 8.

### 3.5.3 Estado de Resultados

Gracias a la proyección de usuarios del tour que obtuvimos podemos calcular un estado de ingresos y gastos para el primer año. Debido al alto costo del tour, analizando la cantidad de personas que llegan a visitar el centro histórico de la ciudad y que solo tendremos un cupo de 56 clientes diarios podemos decir que la ocupación será de aproximadamente 60%. Sin embargo hemos decidido no operar todos los días sino que solamente de miércoles a domingo, dando el lunes y martes libre a todos nuestros empleados. Lo que significa que tendremos en el primer año 8.910 clientes, por lo que el pronóstico de ingresos y gastos quedaría de la siguiente manera:

<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL</b>	
	<b>AÑO 1</b>
<b>INGRESOS ANUALES</b>	
Venta del tour	\$ 275.717,12
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 275.717,12</b>
<b>GASTOS ANUALES</b>	
<b>Gastos Operacionales</b>	
Alquiler Bus	\$ 29.200,00
Comisión Agencias de viajes	\$ 36.394,66
Alimentos y Bebidas	\$ 99.525,44
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 165.120,10</b>
<b>Gastos Administrativos</b>	
Oficina	\$ 13.200,00
Salarios	\$ 68.786,29
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 81.986,29</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 247.106,39</b>
Utilidad antes de impuestos	\$ 28.610,73
Impuestos 22%	\$ 6.294,36
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 22.316,37</b>

Tabla 9.

Todo esto se daría durante el primer año, sin embargo debemos calcular mínimo para tres años para poder analizar posteriormente la rentabilidad del proyecto. Consideremos que el número de turistas aumentará, de acuerdo a datos del ministerio de turismo, en un 10%. Además, durante el presente y pasado año la inflación promedio del Ecuador es de 4%, por lo que los precios incrementarían en un 4%. Lo que nos da un estado de resultados proyectado a los tres siguientes años siguientes:

<b>ESTADO DE RESULTADOS ANUAL</b>				
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>TOTAL</b>
<b>INGRESOS ANUALES</b>				
Venta del tour	\$ 275.717,12	\$ 303.288,83	\$ 333.617,87	\$ 912.623,82
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>\$ 275.717,12</b>	<b>\$ 303.288,83</b>	<b>\$ 333.617,87</b>	<b>\$ 912.623,82</b>
<b>GASTOS ANUALES</b>				
<b>Gastos Operacionales</b>				
Alquiler Bus	\$ 29.200,00	\$ 30.368,00	\$ 31.582,72	\$ 91.150,72
Comisión Agencias de viajes	\$ 36.394,66	\$ 40.034,13	\$ 44.037,56	\$ 120.466,34
Alimentos y Bebidas	\$ 99.525,44	\$ 109.477,98	\$ 120.425,84	\$ 329.429,26
<b>Total Gastos Operacionales</b>	<b>\$ 165.120,10</b>	<b>\$ 179.880,11</b>	<b>\$ 196.046,12</b>	<b>\$ 541.046,33</b>
<b>Gastos Administrativos</b>				
Oficina	\$ 13.200,00	\$ 13.728,00	\$ 14.277,12	\$ 41.205,12
Salarios	\$ 68.786,29	\$ 71.537,74	\$ 74.399,25	\$ 214.723,28
<b>Total Gastos Administrativos</b>	<b>\$ 81.986,29</b>	<b>\$ 85.265,74</b>	<b>\$ 88.676,37</b>	<b>\$ 255.928,40</b>
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>\$ 247.106,39</b>	<b>\$ 265.145,85</b>	<b>\$ 284.722,49</b>	<b>\$ 796.974,72</b>
Utilidad antes de impuestos	\$ 28.610,73	\$ 38.142,98	\$ 48.895,38	\$ 115.649,10
Impuestos 22%	\$ 6.294,36	\$ 8.391,46	\$ 10.756,98	\$ 25.442,80
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>\$ 22.316,37</b>	<b>\$ 29.751,53</b>	<b>\$ 38.138,40</b>	<b>\$ 90.206,30</b>

Tabla 10.

### 3.6 Análisis de Rentabilidad

Este proyecto, durante los primeros años no requerirá mayor inversión de un bien, ya sea el bus o un local en sí, nos mantendremos a base de contratos mensuales de alquileres con los buses y con la oficina comercial. Por ende en

nuestra inversión inicial tenemos costos de lanzamiento de producto de Marketing y Publicidad y tenemos los costos de adecuación del bus y de la oficina. Además, tendremos que comprar los equipos para la oficina como computadoras, impresoras especiales para los tickets, etc. Los permisos de funcionamiento, sanitarios, seguridad y las patentes (nombre de la empresa) que debemos sacar para poder funcionar. Hoy en día no existen mayores impuestos para los buses de circulación de Quito, sin embargo, en el ministerio aseguraron que si este segmento sigue creciendo implementarían nuevas regulaciones e impuestos, por ahora solo debemos pagar el I.V.A.

La inversión inicial también estará compuesta con el primer mes de renta del bus, el primer mes de salarios, la garantía y el primer pago de la renta de la oficina y por último, una cantidad denominada de \$2.000 para poder iniciar nuestro funcionamiento. En la siguiente tabla veremos cómo quedaría desglosada la inversión inicial:

<b>INVERSION INICIAL</b>	
Inversion Publicidad y Marketing	\$ 15.000,00
Adecuacion Bus	\$ 2.000,00
Adecuación Local	\$ 4.000,00
Equipos y Suministros	\$ 3.000,00
Permisos y Patentes	\$ 200,00
Primer mes adelantado de renta de buses	\$ 1.767,00
Garantía de dos meses de renta	\$ 1.000,00
Renta del primer mes	\$ 500,00
Salarios del primer mes	\$ 3.370,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 30.837,00</b>

*Tabla 11.*

Los flujos de caja de los primeros años serán el resultado de la diferencia entre los ingresos y gastos puesto que no tenemos ningún préstamo y no debemos pagar intereses, además de no tener ningún bien que debamos depreciar. Por lo que los flujos de efectivo de los primeros tres años serían de:

<b>Flujo de Caja Proyectado</b>	
<b>Periodos</b>	<b>Valor</b>
0	\$ (30.837,00)
1	\$ 22.316,37
2	\$ 29.751,53
3	\$ 38.138,40

*Tabla 12.*

Nuestro proyecto, al no tener una inversión demasiado alta comparado a las utilidades que tendríamos durante los primeros años, tiene unos valores de estudio bastante positivos. Nuestro valor actual neto es positivo lo cual nos indica que el proyecto es rentable y que puede llevarse adelante. De acuerdo a la industria y a nuestro tipo de negocio pusimos como meta el costo de capital de un 20% para poder invertir en el proyecto. La tasa interna de retorno es bastante alta, esto se justifica debido a que el costo del tour es alto y la inversión inicial es bastante baja comparada a los ingresos que obtendremos al empezar el funcionamiento. En la tabla siguiente tenemos el valor actual neto y la tasa interna de retorno:

<b>INVERSION INICIAL</b>	\$ (30.837,00)
<b>COSTO CAPITAL</b>	20%
<b>VALOR ACTUAL NETO</b>	\$ 61.328,59
<b>TIR</b>	71%

*Tabla 13.*



Podemos resumir que nuestro proyecto es bastante rentable ya no se necesita un préstamo para poder iniciar nuestras operaciones, con un aporte de 10.000\$ por cada una de las socias podremos iniciar la empresa.

## **4. DESCRIPCION DEL TOUR**

### **4.1 Ruta y capacidad**

El bus comenzará su ruta en nuestras oficinas en el sector de La Mariscal en las calles Luis Cordero y Reina Victoria, posteriormente ira hacia la Basílica por la avenida 10 de agosto, pasando por el parque El Ejido. Después de una breve parada continuamos por la calle García Moreno llegaría a la Plaza Grande donde se hace la segunda parada. Se continúa hacia el Panecillo donde se realizará la tercera parada para que puedan admirar del paisaje. Finalmente el recorrido llega a La Ronda donde los turistas tendrán bastante tiempo para disfrutar. Se recogerá a los turistas y se los llevará de vuelta al punto de partida en nuestras oficinas en La Mariscal. La capacidad máxima es de 28 personas por tour, un total de 56 personas al día.

### **4.2 Horarios y duración**

La duración del tour será de cinco horas, el primero será de 13:00 a 18:00 y el segundo será de 17:00 a 22:00.

### **4.3 Paradas**

#### **4.3.1 Parada 1: La Basílica**

Al acercarse a la Basílica los turistas quedarán asombrados, pues no es uno de los templos góticos más importantes del mundo por nada. Es impactante, pues tiene una altura de 115 metros y se encuentra en un sector elevado del centro histórico donde cuando uno la ve parece no haber nada más. El guía comenzará por contar pequeños detalles como cuánto tiempo se tardaron en construirla o él porque hay un pedazo que es de otro color. Mientras disfrutan del jugo de frutas características del Ecuador en los alrededores de la iglesia donde podrán notar que no son gárgolas normales las que están en las puntas del edificio sino que son animales característicos del Ecuador como tortugas e iguanas. Posteriormente entrarán al convento, en este caso si podrán tomar fotos o filmar, se empezará el tour hacia la derecha donde podrán admirar los confesionarios y la capilla de la Virgen. Siguiendo con el recorrido podrán admirar varias tumbas de personajes importantes de la historia del país como la de Gabriel García Moreno y será el guía el encargado de contar un poco sobre cada personaje y responder a las preguntas que tengan los turistas. Posteriormente llegaremos al medio donde el guía recalcará que el altar donde el sacerdote da la misa está al medio no como en el resto de iglesias que está al fondo, aquí el sacerdote tiene gente delante de él y atrás también. Finalmente saldremos al patio exterior donde podrán comprar recuerdos si quisieran de La Basílica y el guía llevará a todos al bus para continuar con el trayecto.

#### **4.3.2 Parada 2: Plaza Grande y Palacio de Carondelet**

La Plaza de la Independencia, más conocida la Plaza Grande fue el punto de encuentro de la época colonial, las mujeres iban con sus mejores vestidos y los

hombres en sus mejores galas. La idea del tour es hacer que el cliente experimente lo que es dar una vuelta por la plaza comiendo uno de los mejores sánduches de pernil de la ciudad acompañado de la gaseosa típica ecuatoriana que es la Fiora Vanti, el típico “Sánduche de la Plaza Grande” que por tantos años ha sido concurrido por los habitantes de la ciudad. Los turistas podrán disfrutar del ambiente de la Plaza, de la vista hermosa que se tiene del panecillo, del palacio de Carondelet, entre otras cosas. Posteriormente el guía los llevara hacia el otro lado de la plaza, donde degustando una deliciosa espumilla en las afueras de la Dulcería Colonial. Mientras degustan el dulce de la espumilla se podrá sentar en las gradas de la catedral metropolitana de Quito a admirar los diferentes shows que usualmente hay en la plaza grande, donde los artistas de la calle explayan sus obras. El guía los llevará caminando hacia la iglesia de La Compañía por la calle García Moreno, donde se hará una breve parada en la placa que dice “Aquí cayó muerto el ex presidente Gabriel García Moreno el 6 de agosto de 1875” y acompañara el trayecto contando quien fue García Moreno y cuáles fueron sus mayores aportes a nuestra sociedad.

#### **4.3.3 Parada 3: La Compañía**

Caminando por la calle García Moreno, los turistas llegarán a la iglesia de La Compañía de Jesús, un templo reconocido en todo el mundo por su majestuosidad, sin embargo la gran sorpresa se la llevarán en el primer instante que entren a la iglesia. El guía deberá asegurarse de que todos los turistas sepan que no se puede tomar fotos ni filmar adentro del edificio. A primera vista reconocerán el templo y se

darán cuenta de que todo está completamente cubierto en oro, el guía explicará que no es totalmente oro sino simplemente un baño de oro. Empezarán a recorrer la iglesia por la izquierda donde uno a uno verán a las estatuas de los ángeles, vírgenes y santos que habitan en el edificio, el guía contará una breve historia de cada uno de ellos y de esta manera los turistas entraran en la historia de la iglesia que una vez perteneció a los jesuitas. Al fondo, al medio el altar, donde encontramos un espejo redondo que nos permite admirar el techo dibujado a mano parecido al de la capilla Sixtina pero a una menor escala. Posteriormente continuarán el recorrido por la parte derecha hasta llegar al muro de la parte de atrás donde tenemos una pintura que representa los siete pecados capitales. Finalmente saldrán de la iglesia y continuarán caminando por el bulevar donde podrán ver los diferentes vendedores ambulantes que caminan por esa calle hasta llegar a la calle Benalcázar y encontrarse con la Plaza San Francisco.

#### **4.3.4 Parada 4: Plaza San Francisco**

Al llegar a la Plaza San Francisco se encontrarán con las usuales palomas que siempre están volando alrededor, un toque muy único que llama la atención a la mayoría de los turistas. Parados en la mitad de la Plaza, el guía les pedirá a todos que abran sus folletos en la primera página, donde tiene escrita la leyenda de Cantuña. Por si algunas personas aun no la han leído, el guía les contará de nuevo la historia de una de las leyendas más famosas de la ciudad y al mismo tiempo les enseñará donde se encuentra esa parte que le falta la piedra. Luego el guía mostrará la casa Gangotena, actualmente el mejor hotel de Quito, un edificio totalmente

refaccionado sin perder la esencia de la colonia. Posteriormente el guía llevará a los turistas al café Tianguéz donde tendremos el espacio suficiente para que todos se acomoden en una mesa y disfruten de unas empanadas de morocho y verde acompañadas de una bebida a su elección entre un vino hervido o un chocolate con queso. La parte que estará reservada para el tour será la de afuera para que puedan disfrutar de las curiosidades de la plaza y admirar a los habitantes de la ciudad mientras comen algunas de nuestras mejores delicias. Una vez concluido el break el bus recogerá a los turistas y se dirigirá hacia el Panecillo.

#### **4.3.5 Parada 5: El Panecillo**

Siguiendo con el recorrido en el bus, los turistas podrán observar a la lejanía la virgen del panecillo asentada sobre una colina, cuyo nombre aborigen es Yavirac Loma denominado así por su forma de un pequeño panecillo, una vez llegado al panecillo los turistas podrán observar en toda su magnitud la imponente estatua de la Virgen del Apocalipsis, o también denominada la Virgen de Quito, que es una réplica de la obra del escultor quiteño Bernardo de Legarda, compuesta por 7000 diferentes piezas de aluminio. Una vez en el interior de la estatua el turista podrá recorrer un pequeño museo en donde se encuentra la historia de cómo fueron transportadas las piezas de aluminio desde Francia y el proceso de su construcción, posteriormente el turista llegará a un mirador a los pies de la Virgen, donde podrá obtener una vista panorámica de la ciudad, de 180 grados. En los alrededores de la estatua se encuentran diferentes restaurantes en donde el turista deleitara su

paladar con unos crujientes pristiños envueltos en miel junto con una deliciosa y aromática colada morada, bebida típica de nuestro país.

#### **4.3.6 Parada 6: La Ronda**

Regresando en nuestro recorrido hacia el Centro Histórico de Quito tomamos la Calle la Ronda la misma que está llena tradición, bohemia, arte barroco, en donde el turista se maravillara ante la fusión de color de los balcones floridos de cada una de las edificaciones, además podrá deleitarse con la exquisita gastronomía tal como las empanadas de viento y asombrarse por su gran tamaño y mezcla de sabores, a su vez tendrá la gran oportunidad de probar una bebida a base de aguardiente que es una variedad de alcohol y canela servida de manera caliente, denominada Canelazo, y pasar un momento agradable ya que en esta calle existen lugares de donde el turista podrá admirar de primera mano la elaboración de artesanías, observar juegos tradicionales típicos de la ciudad como el trompo, yo-yo, rayuela, etc. Al ser nuestra última parada el turista disfrutará de un momento de diversión en el Café de la Ronda ubicado en esta calle, el cual es uno de los más famosos debido a que existe música tradicional en vivo, pista de baile y un increíble ambiente acogedor, que hará que el turista se sienta parte de la ciudad.

## **5. CONCLUSIONES**

Mikhuy es una empresa diseñada para satisfacer las necesidades de los turistas que visitan Quito al combinar la historia con la gastronomía. Es un servicio turístico donde a través de un solo tour los clientes pueden aprender sobre la arquitectura y leyendas de la ciudad y al mismo tiempo degustar sus más deliciosos

bocadillos. Es un producto para todas las edades, todas las nacionalidades y todas las tradiciones, el único requisito es tener ganas de descubrir las tradiciones culinarias de la ciudad.

Se trata de una empresa que no necesita mayores infraestructuras para su funcionamiento, está compuesta por una pequeña nomina que con el pasar de los años irá aumentando. En el ámbito financiero es muy rentable, la inversión representa un bajo porcentaje de las ganancias que se obtendrían al primer año de funcionamiento. Quito es un destino turístico en crecimiento, gracias a las varias campañas que se llevan a cabo por parte del gobierno, cada vez más y más personas en el mundo quieren venir al Ecuador. La industria de los transportes turísticos está en crecimiento y todavía hay mucho mercado por abarcar y la competencia todavía no es tan extensa.

Este es un negocio innovador, revolucionario y con un futuro prometedor ya que es algo nunca antes visto en la ciudad de Quito. Es verdad que tenemos competencia, sin embargo ofrecen diferentes productos, ninguno ofrece algo parecido a lo que nosotros ofreceremos. A largo plazo podremos comprar un bus y modificarlo a nuestro gusto e incluso incrementar el número de nuestros tours al adquirir más popularidad entre las agencias de viaje y turistas. La demanda en todo el Ecuador, y más específicamente en Quito aumentará de manera exponencial en los próximos años, y la industria del turismo y la hospitalidad se transformará en una de las más importantes.

## 6. Anexos

### Logo



### Tablas de estadísticas del ministerio de Turismo

#### Llegadas de extranjeros al Ecuador

Mes	2010	2011	2012	2013	2014	Var % '14 / '13
Enero	96.109	105.548	127.116	130.843	152.576	16,6
Febrero	89.924	86.421	99.521	103.761	124.584	20,1
Marzo	82.452	87.495	96.948	113.359	114.007	0,6
Abril	70.540	87.507	92.627	87.486	118.614	35,6
Mayo	77.618	81.870	92.644	98.414	111.177	13,0
<b>Subtotal</b>	<b>339.025</b>	<b>366.971</b>	<b>416.212</b>	<b>533.863</b>	<b>620.958</b>	<b>16,3</b>
Junio	91.602	99.949	118.292	121.742	-	-
Julio	110.545	117.966	130.779	138.138	-	-
Agosto	95.219	98.962	106.375	112.569	-	-
Septiembre	71.776	80.090	85.990	97.374	-	-
Octubre	83.701	88.357	99.145	111.517	-	-
Noviembre	81.253	92.573	99.674	112.056	-	-
Diciembre	96.359	113.299	122.790	136.798	-	-
<b>Total</b>	<b>1'047.098</b>	<b>1'141.037</b>	<b>1'271.901</b>	<b>1'364.057</b>	-	-

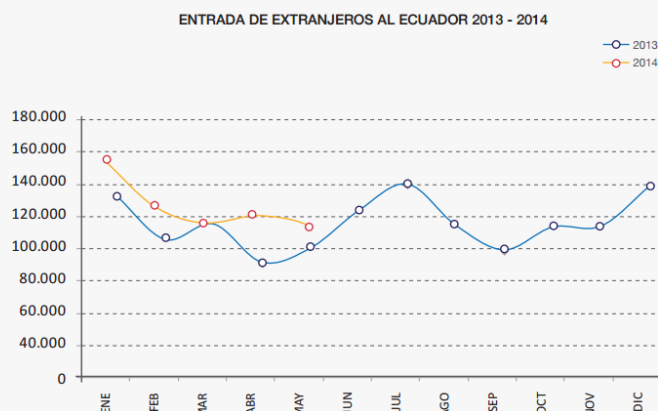
Fuente: Anuario de Entradas y Salidas Internacionales, INEC  
Información provisional 2013 y 2014, Dirección Nacional de Migración.



## Llegadas de extranjeros al Ecuador

### Llegadas mensuales

Mayo de 2014 mantiene un sostenido crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador, reflejado en el 13% de incremento con respecto a las llegadas registradas en mayo de 2013, igualmente en el período enero-mayo de 2014 se alcanza el 16% de crecimiento en relación al mismo período del año anterior.



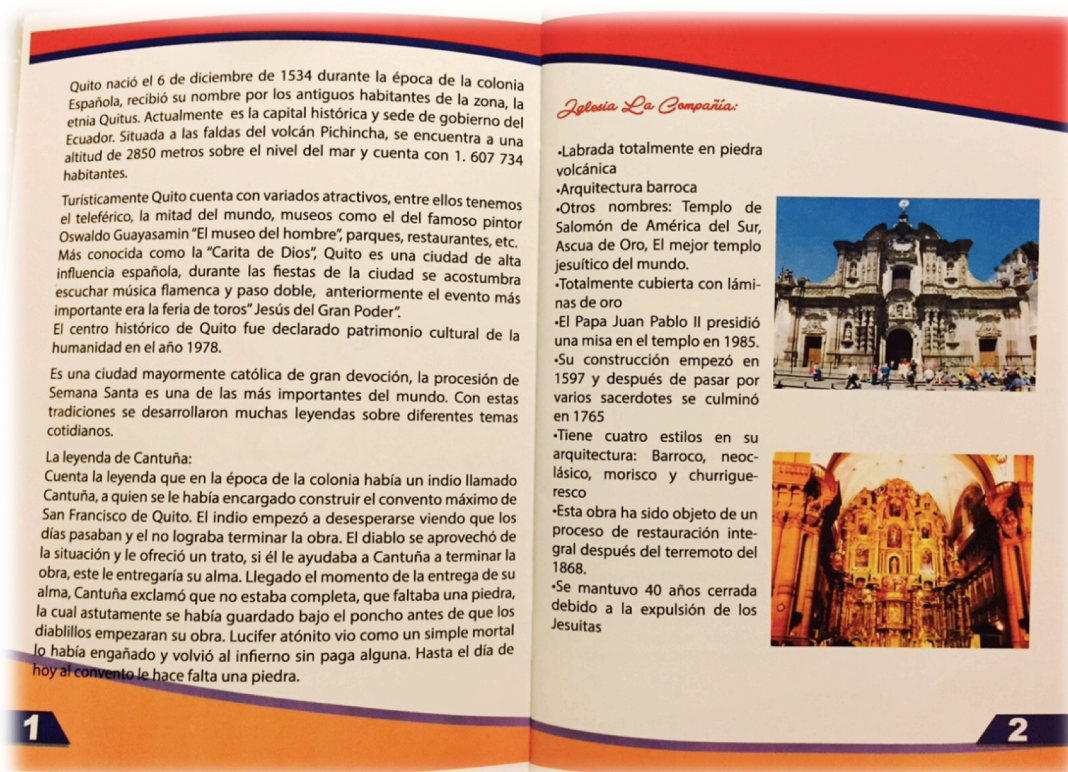
## Llegadas por jefatura de migración

Jefatura	enero		febrero		marzo		abril		mayo		enero - mayo	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Pichincha	48.060	53.670	43.484	52.796	51.318	51.781	43.051	50.495	48.524	52.611	234.437	261.353
Guayas	27.663	30.578	26.403	29.079	26.884	29.427	19.986	25.557	23.871	26.418	124.807	141.059
Carchi	31.802	39.657	13.041	16.816	19.796	14.080	11.335	23.355	13.108	13.271	89.082	107.179
El Oro	18.359	19.840	17.836	20.433	11.736	12.117	9.933	11.985	10.119	12.228	67.983	76.603
Loja	1.208	1.268	1.095	1.356	881	1.054	831	1.155	828	1.206	4.843	6.039
Otras jefaturas	3.751	7.563	1.902	4.104	2.744	5.548	2.350	6.067	1.964	5.443	12.711	28.725
<b>Total</b>	<b>130.843</b>	<b>152.576</b>	<b>103.761</b>	<b>124.584</b>	<b>113.359</b>	<b>114.007</b>	<b>87.486</b>	<b>118.614</b>	<b>98.414</b>	<b>111.177</b>	<b>533.863</b>	<b>620.958</b>

Fuente: Información provisional 2013 y 2014. Dirección Nacional de Migración.

El 42% de llegadas de extranjeros al país se registra en el Aeropuerto Internacional Mariscal Sucre que corresponde a la Jefatura Provincial de Migración de Pichincha, el 23% se registra en el Aeropuerto Internacional José Joaquín de Olmedo - Jefatura Provincial de Guayas, las referidas jefaturas corresponden al segmento aéreo, en tanto que el 30% de llegadas son por vía terrestre, principalmente por las Jefaturas de Migración de las Provincias de Carchi y El Oro.

## Diseño del folleto de información





### Espanilla:

Se trata de un dulce que se elabora con clara de huevo batida y azúcar, se le añade sabores tradicionales como guanábana, maracuyá, mora, etc.



### Quimbolito:

Pasteles hechos de harina de maíz, mantequilla, huevo, queso y pasas envueltos en hojas de achira



5



### Canelazo:

Tradicionalmente es una bebida caliente hecha con aguardiente, panela y agua de canela, sin embargo hoy en día se le añade jugo de Naranja



### Vino hervido:

Se trata de un vino hervido con clavo de olor, pimienta dulce, anís, canela y se le añade un poco de jugo de naranja.

### Chocolate con queso:

Se prepara con barras de chocolate amargo y leche, posteriormente se le añaden pedazos de queso que se disuelven.



### Asapanti:

Una de las bebidas gaseosas más antiguas del mundo, salida al mercado en 1878, el sabor principal es el de fresa.



### Colada Morada:

Es una bebida preparada con harina de maíz negro acompañada de frutas como naranjilla, babaco, piña, mora, mortiños y frutillas. Consumida típicamente como ofrenda en el cementerio como parte del rito de reencuentro con los antepasados en el día de los difuntos.



### Dulces Tradicionales

Mix de dulces

6

### El Panecillo:

•Es una pequeña montaña situada en el medio de la ciudad de Quito

•Es el sitio más visitado de la ciudad

•En la punta tenemos una escultura gigante de aluminio "La Virgen de Quito"

•La Virgen está compuesta por siete mil piezas diferentes, es la mayor representación de aluminio en todo el mundo

•Es una representación de la Virgen María en la Apocalipsis: Una mujer con alas y una cadena que apresa a la serpiente que tiene bajo sus pies.

•En época de navidad se instala un nacimiento y se rezan las novenas a sus pies



7

### Plaza Grande y Palacio de Carondelet:

•Otros nombres: Consagración de Jesús y Basílica de San Juan

•Estilo neogótico inspirada en la catedral de Notre Dame de París

•Es considerado el templo neogótico más grande de América

•La construcción fue financiada por el gobierno, por los creyentes y posteriormente gracias a un impuesto en las compras de sal.

•Se inició el proyecto en 1883, se empezó la edificación en 1892 y se inauguró en 1988

•Desde el punto más alto de la torre principal se puede apreciar toda la ciudad y las montañas que la rodean.

•Tiene una abertura hecha intencionalmente en el acceso principal que lleva la forma del corazón de Jesús coronado por una cruz latina

•En el convento y la Iglesia se guardan más de cuatro mil obras de arte de varias épocas.



8



Diseño de Buses



## 7. REFERENCIAS

Empresa del Centro Histórico, (2014). Recuperado 15 de marzo del 2015:

<http://www.codeso.com/TurismoEcuador/TurismoQuitoHistorico01.html>

Sesiones del Consejo Metropolitano (Junio, 2008). Recuperado 15 de marzo del 2015:

[http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20AÑOS%20ANTERIORES/ORD-3746%20-%20NORMAS%20DE%20ARQUITECTURA%20Y%20URBANISMO.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20AÑOS%20ANTERIORES/ORD-3746%20-%20NORMAS%20DE%20ARQUITECTURA%20Y%20URBANISMO.pdf)

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito (Enero, 2013). Recuperado el 15 de marzo del 2015:

[http://www7.quito.gob.ec/mdmq\\_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES%202013/ORDM%200362%20-%20TRANSPORTE%20TERRESTRE%20COMERCIAL%20DE%20CARGA%20LIVIANA.pdf](http://www7.quito.gob.ec/mdmq_ordenanzas/Ordenanzas/ORDENANZAS%20MUNICIPALES%202013/ORDM%200362%20-%20TRANSPORTE%20TERRESTRE%20COMERCIAL%20DE%20CARGA%20LIVIANA.pdf)

Municipio del Distrito Metropolitano de Quito, Situación económica (2010).

Recuperado el 15 de Marzo del 2015:

<http://gobiernoabierto.quito.gob.ec/wp-content/uploads/documentos/pdf/diagnosticoeconomico.pdf>

Plan Metropolitano, (2012). Recuperado el 15 de Marzo del 2015:

[http://www.centrocultural-  
quito.com/imagesFTP/13644.Plan\\_de\\_Desarrollo\\_Local\\_2012\\_2022  
.pdf](http://www.centrocultural-quito.com/imagesFTP/13644.Plan_de_Desarrollo_Local_2012_2022.pdf)

Requisitos para establecimientos nuevos. Recuperado 15 de marzo del  
2015:

[http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVO  
S.pdf](http://www.aeo.org.ec/PDF/REQUISITOS%20ESTABL%20NUEVO S.pdf)

Anuario de Datos, Ministerio de Turismo, Boletín Mayo 2014

[http://www.optur.org/estadisticas/Mayo\\_Boletin-2014.pdf](http://www.optur.org/estadisticas/Mayo_Boletin-2014.pdf)