

MANUAL DE ASISTENCIA
TÉCNICA DE PYMES TURÍSTICAS
PARA ORIENTAR EL DESARROLLO
LOCAL MEDIANTE ESTRATEGIAS
DE EMPRENDIMIENTO PARA LOS
MIGRANTES RETORNADOS DEL
CANTÓN CHUNCHI





ÍNDICE

PARTE I:.....	5
GENERALIDADES	5
1.1 PRESENTACIÓN	5
1.2 INTRODUCCIÓN	6
1.3 FINALIDAD DEL MANUAL	6
1.4 ALCANCE DEL MANUAL	7
1.5 LA ASESORIA	7
PARTE II	8
2. ALTERNATIVAS DE EMPRENDIMIENTO	8
2.1 EMPRENDIMIENTOS EXISTENTES EN EL CANTÓN CHUNCHI.	8
2.2 PRESTADORES DE SERVICIO ALOJAMIENTO	9
2.3 PRESTADORES DE SERVICIO ALIMENTACIÓN (RESTAURANTES).....	9
2.4 PRESTADORES DE SERVICIO ALIMENTACIÓN (COMIDA RÁPIDA).....	10
2.5 PRESTADORES DE SERVICIO LUGARES DE ESPARCIMIENTO.....	10
2.6 TOTAL PRESTADORES DE SERVICIO	11
2.7 ALTERNATIVAS DE EMPRENDIMIENTO SUGERIDAS	12
2.8 ESTUDIO DE MERCADO:	12
2.8.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA.....	12
2.9 ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS DEL CANTÓN CHUNCHI	13
2.9.1 SERVICIOS TURÍSTICOS QUE SE DEBERÍAN IMPLEMENTAR EN EL CANTÓN CHUNCHI.....	13
PARTE III	14
PYMES Y NORMATIVAS ESPECIALES PARA PYMES.....	14
3. PYMES	14
3.1 CONCEPTO	14
3.1.1 PYMES EN EL ECUADOR.....	14
3.1.2 CLASIFICACIÓN DE LAS PYMES	15
3.1.3 CLASIFICACIÓN DE MICROEMPRESAS.....	16
3.1.4 ¿QUE SON PYMES TURÍSTICAS?	16
3.2 ESTRUCTURA FUNCIONAL.....	17
3.2 NORMATIVAS ESPECIALES PARA LAS PYMES	20
3.3.1 LEY DE TURISMO.....	20



PARTE IV	28
4 INSTITUCIONES DE APOYO A LOS MIGRANTES	28
4.1 MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y MOVILIDAD HUMANA	29
4.2 CON LA CORPORACIÓN NACIONAL DE FINANZAS POPULARES Y SOLIDARIAS (CONAFIPS) Y EL BANCO NACIONAL DE FOMENTO (BNF):.....	30
4.3 MIGRANTES RETORNADOS DE CHIMBORAZO (MIRECH)	31
4.4 GAD CANTÓN CHUNCHI.....	32
PARTE V	33
5. TEMAS LEGALES.....	33
5.1 ACTIVIDAD TURÍSTICA.....	33
5.2 CONSTRUCCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA.....	34
5.3 ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA	34
5.4 PASOS PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA	35
5.5 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LAS PYMES TURÍSTICAS.....	37
5.6 CÓDIGO DE TRABAJO.....	38
5.6.1 TRABAJADOR	38
5.6.2 EMPLEADOR.....	38
5.6.3 EL CONTRATO DE TRABAJO	39
5.6.4 TIPOS DE CONTRATO	39
5.6.5 DERECHOS DEL TRABAJADOR	43
5.6.6 RESPONSABILIDADES DEL EMPLEADOR	43
CAPITULO VI.....	45
6. ESTRATEGIAS EMPRENDEDORAS	45
6.1 CONOCER EL MERCADO	45
6.2 ESTRATEGIAS IMPORTANTES	45
6.3 IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EMPRENDIMIENTOS.....	49
6.3.1 MARKETING DIGITAL	50
6.3.2 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN	50
6.3.4 IMPORTANCIA DEL MARKETING EN PYMES	53
6.4 PLAN DE NEGOCIOS	54
6.4.1 UTILIDAD PARA LA EMPRESA.....	54
6.4.2 UTILIDAD PARA LOS TURISTAS.....	54
6.4.3 UTILIDAD PARA LA COMUNIDAD	55
6.4.4 CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIO	55



6.5	IMPORTANCIA DE LA CALIDAD EMPRENDIMIENTOS	59
6.5.1	MEJORA DE LA CALIDAD.....	59
6.5.2	ENFOQUE DE CALIDAD SEGÚN DEMING	60
	PARTE VII.....	62
7.	AUTO EVALUACIÓN DEL EMPRENDEDOR.....	62
7.1	IMPORTANCIA DE LA AUTOEVALUACIÓN	62
7.2	LA CONVENIENCIA DE ASOCIARSE	63
7.3	DIEZ CONDICIONES PARA EL ÉXITO.....	63
7.4	MISIÓN Y VISIÓN	64
7.5	LOS OBJETIVOS	65
	BIBLIOGRAFÍA.....	67



INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Prestadores de servicio Alojamiento.....	9
Tabla 2 Prestadores de servicio alimentación (restaurantes).....	9
Tabla 3 Prestadores de servicio alimentación (comida rápida)	10
Tabla 4 Prestadores de servicio lugares de esparcimiento.....	10
Tabla 5 Prestadores de servicio del Cantón Chunchi	11
Tabla 6 Proyección de la demanda potencial 2015-2021	12
Tabla 7 Servicios turísticos	13
Tabla 8 Clasificación de las Pymes	15
Tabla 9 Migrantes atendidos.....	29

INDICE DE FIGURAS

Figura Nº 1 Resumen de los servicios turísticos del Cantón Chunchi.....	11
Figura Nº 2 SERVICIOS TURÍSTICOS	13
Figura Nº 3 Estructura funcional de la propuesta	17
Figura Nº 4 Instituciones de apoyo a los migrantes retornados.....	28
Figura Nº 5 Tipos de contrato.....	39
Figura Nº 6 Venta directa	50
Figura Nº 7 Venta por intermediarios	51
Figura Nº 8 Marca promoción turística	52
Figura Nº 9 Gigantografía promoción turística.....	53
Figura Nº 10 CICLO DEM.....	60



PARTE I: GENERALIDADES

1.1 PRESENTACIÓN

El presente manual de asistencia técnica, ha sido desarrollado gracias a la iniciativa de la tesis “alternativas de emprendimientos de los migrantes retornados para el desarrollo de PYMES turísticas en el cantón Chunchi”, impulsado desde la organización de migrantes retornados de Chimborazo (MIRECH).

Nuestra intención es lograr el mejoramiento y sostenibilidad de los servicios relacionados al turismo, dentro de ello juega un papel muy importante los conocimientos que los migrantes tienen acerca del turismo en sus diferentes áreas, puesto que los servicios turísticos no son comparados con los demás servicios ya que es el contacto directo entre el visitante (turista) y el destino turístico, y luego la relación entre prestadores de servicios turísticos y turistas tiene una duración prolongada y muy directa, hasta la duración del servicio prestado.

El éxito de los servicios turísticos está representado por la satisfacción del turista en cuanto a la calidad del servicio como consecuencia a la reacción esta sea positiva o negativa para de un atractivo turístico, mediante la calidad de atención el servicio turístico tiene como prioridad dar el mejor servicio sin importar la relevancia de un atractivo turístico en un lugar determinado ya que el turista es dueño de sus experiencias.

La finalidad de este manual es que cumpla con los fines para los que ha sido concebido contribuyendo con las actividades turísticas, las que proporcionarán puestos de trabajo para el desarrollo de la economía en nuestra provincia y país.



1.2 INTRODUCCIÓN

La calidad de un destino turístico, es el resultado de la competitividad de los productos turístico que ofrece la **planta turística** eficientemente como consecuencia de la gestión de la calidad, adecuada a las nuevas exigencias y tendencias globales.

Como toda actividad en el área de globalización, el turismo se encuentra en constantes cambios desde hace algunas décadas esto responde a la exigencia del turista que hoy en día cuenta con información preliminar antes de visitar un atractivo turístico.

Estos cambios que afrontan los destinos turísticos, no sólo están orientados a satisfacer las nuevas tendencias y exigencias del turista, sino también lograr niveles adecuados frente a la competencia de la oferta turística en cuanto a sus modos de organización y producción, donde la CALIDAD juega un papel fundamental en la gestión de toda empresa de servicios turísticos.

Es importante recordar cuando un turista compra, no solo compra servicios turísticos sino nuevas experiencias.

Entonces cabe la pregunta, los atractivos y la planta turística ofertada como Producto Turístico en el Ecuador, ¿están satisfaciendo las necesidades de nuestros visitantes?

Con el propósito de responder a esta interrogante, se ha elaborado el presente manual de asistencia técnica para emprendedores, que contiene criterios mínimos de calidad, emprendimientos y desarrollo, el manual pretende ser un documento guía que las empresas turísticas se esmeren en elevar la calidad de sus servicios, hecho que incidirá en el mejoramiento de nuestra imagen como destino turístico competitivo.

1.3 FINALIDAD DEL MANUAL

El presente manual tiene como finalidad ofrecer una herramienta que impulse el emprendimiento en el cantón Chunchi y el país. Creando una vía a través de la cual una idea de negocio se convierta en una realidad principalmente para los migrantes



retornados que en muchas ocasiones cuentan con el factor económico para el desarrollo de pymes turísticas. Enfocado en el correcto funcionamiento este manual ofrece pasos estratégicos y legales para el correcto funcionamiento de las mismas.

1.4 ALCANCE DEL MANUAL

La disposición de este manual será aplicada por los migrantes retornados del cantón Chunchi según su necesidad de emprendimiento, en cualquier instancia ayudará a potenciar el desarrollo de las actividades turísticas mediante los emprendimientos enfocados en esta área de turismo.

1.5 LA ASESORIA

La asesoría que proporciona la autora de este manual comprende la atención y respuesta a consultas emprendimientos turísticos, efectuadas por los migrantes retornados. Asimismo, el contenido de este manual facilitará la atención y respuesta a consultas de los migrantes relacionadas con los artículos de la ley de turismo que beneficia directamente a emprendedores en esta área, además los requisitos necesarios para la puesta en marcha de PYMES turísticas de esta manera facilitando el correcto funcionamiento y cumplimiento con lo establecido por la ley para la actividad turística mediante PYMES turísticas.



PARTE II

2. ALTERNATIVAS DE EMPRENDIMIENTO

2.1 EMPRENDIMIENTOS EXISTENTES EN EL CANTÓN CHUNCHI.

El cantón Chunchi presenta los siguientes servicios turísticos según datos registrados por el MINTUR y el estudio de campo correspondiente para la realización de esta investigación.

En el cantón Chunchi se registraron 33 establecimientos; 5 prestan el servicio de alojamiento; 23 prestan el servicio de alimentación y 5 el servicio de distracción.

- **ALOJAMIENTO**

En el cantón Chunchi existen 5 establecimientos que prestan el servicio de alojamiento establecimientos en el año 2015 3 hoteles, 1 residencial y 1 refugio; de los cuales el 100% de los establecimientos se encuentran registrados en el ministerio de Ministerio de Turismo. Los establecimientos de alojamiento son de tercera y segunda categoría

- **RESTAURACIÓN**

En el cantón Chunchi existen 23 establecimientos de alimentación registrados de los cuales 9 son registrados como lugares de comida rápida y 14 como restaurantes. De los cuales solo uno esta registrado dentro de catastro del ministerio de turismo.

- **RECREACIÓN**

En el cantón Chunchi existen registrados 5 establecimientos que prestan servicios de esparcimiento de los cuales 4 denominados como bar-discoteca, y 1 como centro de esparcimiento deportivo, el mismo que es de inversión pública.



2.2 PRESTADORES DE SERVICIO ALOJAMIENTO

Tabla 1 Prestadores de servicio Alojamiento

Nº	RAZÓN SOCIAL.	UBICACIÓN.	DIRECCIÓN.	PRECIO.	PLAZAS
1	Hotel La Estación del sabor.	Parroquia matriz Chunchi.	Av. 4 de Julio y Capitán Ricaurte.	8.00	30
2	Hotel Chunchi Imperial	Parroquia matriz Chunchi	Simón Bolívar y Manuel Reyes.	12.00	70
3	Hotel Deidan.	Parroquia matriz Chunchi.	Montufar y A Calderón.	10.00	31
4	Residencial Patricia.	Parroquia matriz Chunchi.	Simón Bolívar y Capitán Ricaurte.	8.00	30
5	Refugio parada del Inca.	Comunidad Launag Grande	Comunidad Launag Grande	8.00	8

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado: Inés Yamasqui

2.3 PRESTADORES DE SERVICIO ALIMENTACIÓN (RESTAURANTES)

Tabla 2 Prestadores de servicio alimentación (restaurantes)

Nº	NOMBRE DEL PRESTADOR DE SERVICIO.	DIRECCIÓN.	PLAZAS
1	Restaurante el Codorazo Mirador.	Av. 4 de julio.	30
2	Restaurante el Dolarazo.	Av. 4 de julio.	28
3	Restaurante las Gaviotas.	Av. 4 de julio	60
4	Restaurante Fabiancito.	Av. 4 de julio y M.Reyes.	40
5	Restaurante Mayely.	Av. 4 de julio.	20
6	Restaurante Súper Pollo.	Av. 4 de julio.	20
7	Restaurant Don Xavi.	Av. 4 de julio.	20
8	Restaurant la Estación del Sabor.	Av. 4 de julio y Cap. Ricaurte.	60
9	Restaurant Paola.	Av. 4 de julio.	30
10	Restaurant la Unión.	Av. 4 de julio	20
11	Restaurante el Sabrosón.	Av. 4 de julio y Gnral. Morales	36
12	Restaurante Carmita	Av. 4 de julio.	13
13	Restaurante el Márquez.	Calle Quito y Cap. Ricaurte.	22
14	Restaurante Chunchi Imperial	Simón Bolívar y M.Reyes	34

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado: Inés Yamasqui



2.4 PRESTADORES DE SERVICIO ALIMENTACIÓN (COMIDA RÁPIDA)

Tabla 3 Prestadores de servicio alimentación (comida rápida)

Nº	NOMBRE DEL PRESTADOR DE SERVICIO.	DIRECCIÓN.
1	Pinchos.	Montufar.
2	DonysFastFood.	Montufar.
3	Pizzería Italians.	Av. 4 de julio
4	Picantería Tropical.	Montufar.
5	Picantería el Ídolo.	Av. 4 de julio.
6	Chifa Hao ZaiLai	Av. 4 de julio y Calderón
7	Pizzería el imperio	Av. 4 de julio
8	Tortillas Lulú	General Morales
9	Tortillas Doña Fabiola	Calle Quito y Gral. Morales

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado: Inés Yamasqui

2.5 PRESTADORES DE SERVICIO LUGARES DE ESPARCIMIENTO

Tabla 4 Prestadores de servicio lugares de esparcimiento

Nº	PRESTADOR DE SERVICIO	DIRECCIÓN
1	Bar cafetería Zadquiel	Capitán Ricaurte y Montufar.
2	Cabaña Bar	Bermeo Vallejo
3	Bar Karaoke Barú Urbano.	Simón Bolívar
4	Discoteca la Escondida	Callanga
5	Complejo La Familia	Av. Chimborazo entre Gonzales Suarez y Arturo Ordoñez.

Fuente: Trabajo de Campo.

Elaborado: Inés Yamasqui



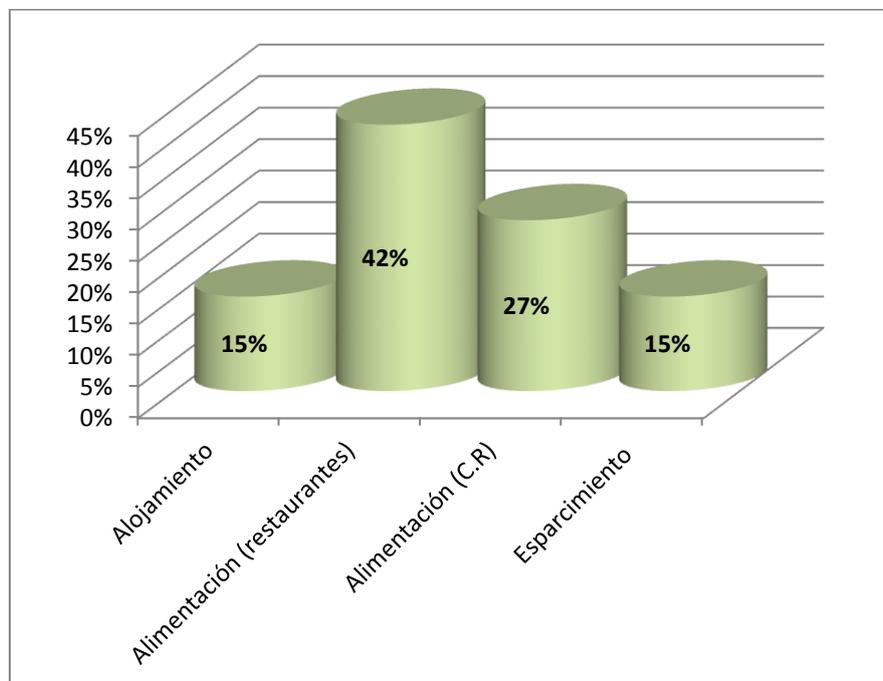
2.6 TOTAL PRESTADORES DE SERVICIO

Tabla 5 Prestadores de servicio del Cantón Chunchi

SERVICIOS	PRESTADORES DE SERVICIO	PORCENTAJE
Alojamiento	5	15%
Alimentación (restaurantes)	14	42%
Alimentación (lugares de comida rápida)	9	27%
Esparcimiento	5	15%
TOTAL	33	100%

Fuente: Trabajo de campo, Unidad de turismo
Elaborado por: Inés Yamasqui Castillo.

Figura Nº 1 Resumen de los servicios turísticos del Cantón Chunchi



Fuente: Trabajo de campo, Unidad de turismo
Elaborado por: Inés Yamasqui Castillo.



2.7 ALTERNATIVAS DE EMPRENDIMIENTO SUGERIDAS

Luego de la investigación realizada y la información obtenida de la tesis Alternativas de emprendimientos de los migrantes retornados para el desarrollo de PYMES turísticas en el cantón Chunchi, me permito sugerir las siguientes alternativas de emprendimiento que pueden desarrollar los migrantes retornados al cantón, además esta información servirá como una guía para los prestadores de servicio turístico que no cuentan con la debida categorización para realizar actividades turísticas en el cantón Chunchi.

2.8 ESTUDIO DE MERCADO:

2.8.1 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Tabla 6 Proyección de la demanda potencial 2015-2021

Año	(n)	Proyección de la demanda
2015	1	3055
2016	2	3097
2017	3	3139
2018	4	3182
2019	5	3226
2020	6	3271
2021	7	3317

Elaborado por: Inés Yamasqui Castillo

Una vez realizados los cálculos correspondientes, se determinó la demanda para los próximos 7 años, tomando el dato mas reciente que es del año 2015 la cual corresponde a los siguientes datos: Para el año 2015 se esperaría una demanda de 3055 turistas, para el año 2016 una demanda de 3097 turistas, para el año 2017 una demanda de 3139 turistas, para el año 2018 una demanda de 3182 turistas, para el año 2019 una demanda de turistas 3226, para el año 2020 una demanda de 3217 turistas, para el año 2021 una demanda de 3317 turistas.



2.9 ENCUESTA APLICADA A LOS TURISTAS DEL CANTÓN CHUNCHI

Pregunta clave:

2.9.1 SERVICIOS TURÍSTICOS QUE SE DEBERÍAN IMPLEMENTAR EN EL CANTÓN CHUNCHI

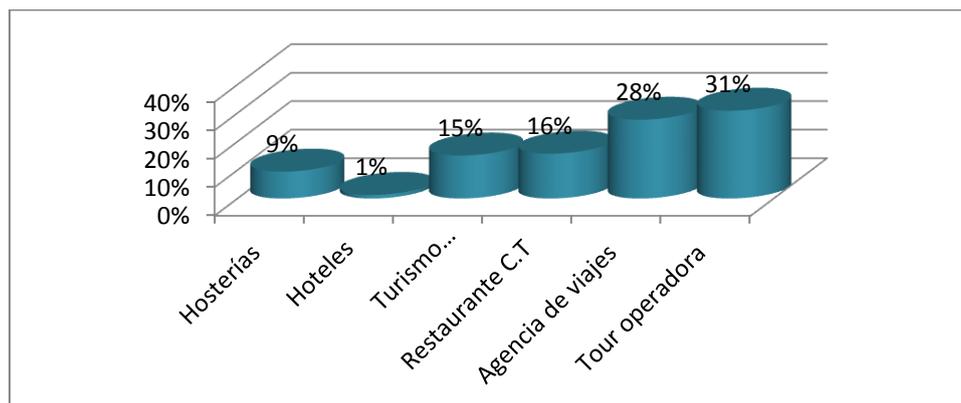
Tabla 7 Servicios turísticos

SERVICIOS TURÍSTICOS	TURISTAS	PORCENTAJE
Hosterías	15	9%
Hoteles	2	1%
Turismo comunitario	24	15%
Restaurante comida típica	25	16%
Agencia de viajes	44	28%
Tour operadora	49	31%
TOTAL	159	100%

Fuente: Encuesta aplicada a los turistas del cantón Chunchi

Elaborado por: Inés Yamasqui Castillo.

Figura N° 2 SERVICIOS TURÍSTICOS



Fuente: Encuesta aplicada a los turistas del cantón Chunchi

Elaborado por: Inés Yamasqui Castillo.

Interpretación

De 159 turistas encuestados en el cantón Chunchi el 31% cree que se debería mejorar o implementar tour operadoras, el 28% agencias de viajes, el 16% restaurantes de comida típica, el 15% turismo comunitario, el 9% hosterías y el 1% hoteles. Concluimos que el mayor porcentaje de turistas encuestados cree que se debería mejorar o implementar tour operadoras, con el 31%.



PARTE III

PYMES Y NORMATIVAS ESPECIALES PARA PYMES

3. PYMES

3.1 CONCEPTO

Según la superintendencia de compañías establece que las PYMES comprenden a todas las empresas formales legalmente constituidas y/o registradas ante las autoridades competentes, que lleven registros contables y/o aporten a la seguridad social.

3.1.1 PYMES EN EL ECUADOR

Tomando en cuenta estos datos y toda vez que el proyecto apunta a incentivar emprendimientos de los migrantes retornados, es importante analizarla actividad de la PYMES en el Ecuador y los avances en el entorno en cuanto a incentivos para el emprendimiento.

Según el Censo Económico realizado en 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), en Ecuador operan 541.889 establecimientos o negocios visibles, un 90% de ellos son las pequeñas y medianas empresas (PYMES), generan un 65% del empleo productivo del país y aportan con el 24% al PIB1. Pese a que las cifras permiten argumentar el dinamismo del sector, una pequeña parte pero importante aún no del todo desarrollada son las opciones de financiamiento. Las opciones de acceso a capital semilla y capital de riesgo en Ecuador son escasas. Existen programas de la empresa privada y concursos que entregan fondos para el arranque de negocios, pero hasta ahora son iniciativas limitantes y el sector financiero prefiere apoyar a emprendimientos no nacientes sino operantes, con resultados comprobados. (CELY, 2006).

De acuerdo a cifras presentadas en el estudio de *Global Entrepreneurship Monitor (GEM)*, red mundial para la investigación, correspondientes al año 2014 más de 4 millones de ecuatorianos desarrollan una actividad emprendedora en el país. De hecho,



Ecuador obtuvo ese año un índice de Actividad Emprendedora Temprana (TEA) de 32,6%, continuando el crecimiento sostenido que ha venido teniendo desde 2009.

De acuerdo al reporte, Ecuador es el país más emprendedor de América Latina y el Caribe, con un porcentaje de 32,6% seguido de Perú con el 28.8% y Chile con 26,8%. Más de 4 millones de ecuatorianos han iniciado un negocio o desarrollan un emprendimiento.

3.1.2 CLASIFICACIÓN DE LAS PYMES

Artículo Primero.- DE LA CLASIFICACIÓN DE LAS COMPAÑÍAS.- Acoger la siguiente clasificación de las PYMES, de acuerdo a la normativa implantada por la Comunidad Andina en su Resolución 1260 y la legislación interna vigente:

Tabla 8 Clasificación de las Pymes

Variables	Micro Empresa	Pequeña Empresa	Mediana Empresa	Grandes Empresas
Personal Ocupado	1 – 9	10 – 49	50 – 199	> 200
Valor Bruto de las ventas anuales	< 100.000	100.001 - 1.000.000	1.000.001 - 5.000.000	> 5.000.000
MONTOS ACTIVOS	HASTA US \$ 100.000	DE US \$ 100.001 HASTA US \$ 750.000	DE US \$ 750.001 HASTA US \$ 3,999.999	> US \$ 4.000.000

Para fines tributarios las PYMES deben inscribir su actividad económica en el Servicio de Rentas Internas (SRI), obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) y cumplir con las obligaciones impuestas por la administración tributaria. Las PYMES pueden estar formadas por personas naturales y/o personas jurídicas o sociedades.



3.1.3 CLASIFICACIÓN DE MICROEMPRESAS

- ✓ **Empresa Unipersonal o Individual:** Una persona natural puede realizar actividades comerciales bajo la figura de la Empresa Unipersonal. El empresario (a) opera con su RUT personal y responde ilimitadamente sobre los compromisos adquiridos por el negocio, es decir, incluso con sus bienes particulares. (Fernández, 2008).

- ✓ **Microempresa Familiar:** La Microempresa Familiar es una empresa que pertenece a una o más personas naturales que realizan sus actividades empresariales en su lugar de residencia. Se pueden desarrollar actividades profesionales, oficios, comercio, pequeñas industrias o talleres, artesanía o cualquier otra actividad con excepción de aquellas actividades consideradas peligrosas, contaminantes y molestas. (Yamada, 2009)

- ✓ **Empresa Individual de Responsabilidad Limitada (E.I.R.L.):** Una persona natural puede adquirir la calidad de jurídica bajo la figura de la Empresa Individual de Responsabilidad Limitada. Corresponde a una persona jurídica con patrimonio propio distinto del titular y con carácter comercial. Se diferencia de la Empresa Unipersonal principalmente por dos aspectos: el primero, es que al ser persona jurídica, opera con un RUT distinto y, en segundo término, la responsabilidad se torna limitada, es decir, el propietario sólo responde con sus bienes personales hasta el aporte de capital efectuado a la empresa, y la empresa responde con todos sus bienes.

3.1.4 ¿QUE SON PYMES TURÍSTICAS?

Al respecto (Ramírez, 2003), señala que la empresa turística “es toda organización debidamente integrada y estructurada por recursos materiales, económicos y humanos, cuya finalidad es ofertar y proveer de los servicios del ocio, a la sociedad o parte de ella, a cambio del pago por los mismos”. Al estar las empresas estructuradas por recursos materiales, económicos y humanos, cada una adquiere determinadas características de



acuerdo a su forma de organización, a su estructura, a la forma que desarrolla sus actividades, todos estos aspectos le confieren un perfil particular.

Es importante reconocer que el punto de partida de un negocio turístico es el análisis de los recursos con los que se cuenta, los servicios y el equipamiento disponible para realizar actividades. La sumatoria de estos componentes recién permitirá organizar el producto turístico, proceso que requerirá de conocimiento e imaginación.

3.2 ESTRUCTURA FUNCIONAL

Figura Nº 3 Estructura funcional de la propuesta



El Gerente – Propietario: Es la suprema autoridad y el representante legal de la empresa:

- Administrar y dirigir la empresa.
- Establecer las políticas y el reglamento interno de la empresa.
- Establece políticas para el manejo financiero.
- Reclutar y contratar al talento humano.
- Conocer y aprobar los Estados Financieros que presentan la situación económica y financiera de la empresa.
- Tomar decisiones sobre el presente y futuro de la organización.
- Cumplir y hacer cumplir las obligaciones dispuestas por la Ley y los organismos estatales.



- Garantizar la seguridad interna.

Asesoría legal: Se contara con la asesoría de un profesional en leyes y experto en tributación.

- Conocer y dominar la legislación ecuatoriana.
- Actualizarse sus conocimientos sobre las reformas que se establezcan en el país.
- Informar y capacitar al personal operativo sobre las modificaciones, reformas o nuevas leyes.
- Representar a la empresa en materia jurídica.

Departamento Administrativo y Comercial: Se encarga de establecer los las normas y directrices para el normal funcionamiento de la empresa.

- Asistir al gerente
- Manejar el fondo de Caja Chica de acuerdo a las disposiciones emitidas para el efecto.
- Coordinar el reclutamiento del Talento Humano.
- Coordinar la logística de servicio al cliente.
- Emitir las facturas a los clientes
- Coordinar y ejecutar los cobros a clientes
- Coordinar las adquisiciones a los proveedores
- Mantener un archivo actualizado de toda la documentación de la empresa.
- Buscar clientes potenciales y propiciar un acercamiento para dar a conocer nuestros servicios y relacionar con el departamento de operaciones.
- Mantener las instalaciones de la empresa en óptimas condiciones con aseo y orden.

Departamento de Operaciones: Es el responsable de establecer la logística y la puesta en marcha del objeto del negocio y llevar la contabilidad de la empresa. La planificación será de suma importancia ya que realizará dos tipos de actividades a saber:
Actividades de Operación:

- Atender a los clientes, identificar sus necesidades y comunicarle el proceso a seguir para resolver sus problemas contables, tributarios y financieros.
- Determinar y establecer junto con la gerencia, los paquetes de servicios que se ofrecerán a los clientes.



- Preparar las ofertas entregadas a los clientes.
- Coordinar con el departamento administrativo y comercial el seguimiento de las ofertas entregadas a los clientes.
- Establecer cronogramas y planes de acción individualizados para cada cliente.
- Cumplir los contratos firmados con los clientes, ejecutando los procesos de trabajo de forma eficiente, oportuna y conforme a la ley.
- Elaborar informes mensuales y presentarlos a la gerencia.
- Elaborar los informes mensuales individualizados para cada cliente. Y coordinar con el departamento administrativo y financiero para la emisión de la factura. Actividades de Contabilidad.
- Es responsable de cumplir con las obligaciones impuestas por las entidades estatales (SRI, Superintendencia de Compañías, etc.).
- Controlar el proceso de facturación.
- Efectuar el cobro correspondiente.
- Elaborar los roles de pago mensualmente y proceder al pago correspondiente.
- Elaborar Planillas de Aportes.
- Procesar las facturas emitidas por los proveedores en las adquisiciones de bienes y servicios; y, procesar la transacción. Emitir el cheque correspondiente y concluir con el pago.
- Controlar y reponer al responsable del fondo de caja chica los valores correspondientes.
- Analizar y registrar las transacciones comerciales realizadas por la empresa, realizar el proceso contable.
- Elaborar los Estados Financieros mensuales y presentarlos a la gerencia para su revisión y aprobación.
- Realizar y presentar las declaraciones de impuestos de forma oportuna y eficiente.
- Elaborar los presupuestos y el flujo de caja.



3.2 NORMATIVAS ESPECIALES PARA LAS PYMES

3.3.1 LEY DE TURISMO

Se entiende por prestadores de servicios turísticos de acuerdo a lo establecido en el Decreto Ejecutivo 1186 del 22 de enero del 2015 DEL REGLAMENTO GENERAL A LA LEY DE TURISMO, dispone las siguientes como actividades turísticas y reglamentos a cumplir para el desarrollo de las mismas en Ecuador.

CAPITULO I: DEL REGIMEN INSTITUCIONAL

DEL MINISTERIO DE TURISMO

Art. 4.- Funciones y atribuciones del Ministerio de Turismo. - A más de las atribuciones generales que les corresponden a los ministerios contenidas en el Título VII, Capítulo III de la Constitución Política de la República del Ecuador y el Estatuto del Régimen Jurídico Administrativo de la Función Ejecutiva, en virtud de la Ley de Turismo le corresponde al Ministerio de Turismo:

Relacionado con las empresas turísticas dice lo siguiente:

10. Calificar los proyectos turísticos; esta potestad podrá ser ejercida en forma desconcentrada hasta un nivel de Subsecretaría.

12. A nivel nacional y con el carácter de privativa, la ejecución de las siguientes potestades:

- a) La concesión del registro de turismo;
- b) La clasificación, reclasificación categorización y recategorización de establecimientos;
- c) El otorgamiento de permisos temporales de funcionamiento;
- d) El control del ejercicio ilegal de actividades turísticas por parte de entidades públicas o sin fines de lucro; y,
- e) La expedición de la licencia única anual de funcionamiento en los municipios en los que no se ha descentralizado sus competencias.



Art. 8.- Del control.- A través de los mecanismos determinados en este reglamento y demás normativa aplicable, el Ministerio ejercerá el control sobre el cumplimiento de las obligaciones que tienen los prestadores de servicios turísticos, como resultado de la aplicación de la Ley de Turismo y sus correspondientes reglamentos.

CAPITULO I: DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS Y SU CATEGORIZACION

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

Art. 46.- Quien no puede ejercer actividades turísticas.- Por disposición expresa de la Ley de Turismo, según los Arts. 7 y 60 no podrán ejercer actividades turísticas y por lo tanto no accederán a calificación y registro alguno de los previstos en la ley y este reglamento:

- a. Las sociedades civiles sin fines de lucro definidas como tales por el Título XXIX del Código Civil ecuatoriano; y,
- b. Las instituciones del Estado definidas como tales por el Título V de la Constitución Política de la Republica del ecuador.

CAPITULO II: DEL REGISTRO UNICO DE TURISMO

Art. 47.- Obligación del Registro Único de Turismo.- Toda persona natural, jurídica, empresa o sociedad, previo el inicio de cualquiera de las actividades turísticas descritas en el artículo 5 de la Ley de Turismo, obtendrán el registro de turismo, que consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos en el catastro o registro público de empresarios y establecimientos turísticos, en el Ministerio de Turismo.



El registro de turismo se efectuará por una sola vez; y, cualquier cambio que se produzca en la declaración inicial deberá notificarse al Ministerio en el plazo máximo de 30 días de ocurrido el hecho, tales como transferencia a cualquier título, arrendamiento, cambio de nombre o razón social, asociación, cambio de local, apertura de sucursal, cierre de establecimiento y otros.

De no cumplirse con este requisito se impondrá una multa de cien dólares (US \$ 100,00) al infractor, y, se procederá a la clausura del establecimiento hasta que se obtenga el registro y licencia única anual de funcionamiento. La reincidencia producirá la clausura definitiva, el pago del doble de la multa; y, la inscripción del empresario en la lista de incumplidos y no podrá concedérsele un registro.

El registro le corresponde mantener al Ministerio de Turismo, aún cuando el trámite puede ser desconcentrado, la información será mantenida a nivel nacional. El Ministerio de Turismo podrá tercerizar los servicios para el análisis de la información mantenida en el registro referido, con la iniciativa privada particularmente con centros especializados en tales servicios, con el objeto de planificar, ejecutar o controlar las actividades que son propias del Ministerio.

Art. 48.- Pago por concepto de registro.- El valor por concepto de registro se hará por una sola vez y, de acuerdo con el detalle que conste en el correspondiente acuerdo ministerial. Los valores podrán ser ajustados anualmente.

El valor por concepto de registro será pagado por una sola vez, siempre que se mantenga la actividad. En caso de cambio de actividad, se pagará el valor que corresponda a la nueva.

Art. 49.- Registro y razón social.- El Ministerio de Turismo no concederá el registro, a establecimientos o sujetos pasivos cuya denominación o razón social guarde identidad o similitud con un registro.

En caso de haberse concedido un registro que contravenga esta disposición, de oficio o a petición de parte interesada, se anulará el último registro.

Art. 50.- Registro de sucursales.- Por la apertura de una sucursal se pagará por ampliación del registro un valor calculado de acuerdo a la tabla referida en este



reglamento. Los actos y contratos que se celebren a nombre de la sucursal, serán de responsabilidad del titular del registro principal y solidariamente del factor, apoderado o administrador de la sucursal.

Las sucursales autorizadas en el caso de que sean de propiedad y administración del inicialmente registrado, cancelarán el valor que corresponda por licencia única anual de funcionamiento.

Art. 51.- Registro de franquicias.- Los establecimientos que funcionen haciendo uso de una franquicia, requieren:

- a) Un nuevo registro correspondiente a la persona natural, empresa, sociedad o persona jurídica receptora de la franquicia;
- b) La certificación que acredite la franquicia concedida; y,
- c) La obtención de la licencia única anual de funcionamiento.

CAPITULO III: DE LOS PERMISOS TEMPORALES

Art. 52.- Del empresario temporal.- De acuerdo a la disposición contenida en el Art. 11 de la Ley de Turismo, el Ministerio de Turismo concederá permisos temporales de funcionamiento, únicamente para las actividades de alojamiento y de alimentos y bebidas, por un lapso no mayor a 90 días consecutivos, improrrogables, durante el mismo año calendario, sin perjuicio del cumplimiento de requisitos y obligaciones por otras instituciones en materias especializadas.

CAPITULO IV: DE LA LICENCIA UNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.



Art. 56.- Derechos por la obtención de la licencia única anual de funcionamiento.- A la persona natural o jurídica en cuyo beneficio se ha expedido la licencia única anual de funcionamiento, le acceden todos los derechos establecidos en el artículo 10 de la Ley de Turismo.

Art. 57.- Autoridad administrativa.- El Ministerio de Turismo concederá la licencia única anual de funcionamiento exceptuándose aquellos establecimientos turísticos que se encuentren ubicados dentro de la jurisdicción cantonal de los municipios a los cuales, a través del proceso de descentralización, se haya transferido esta competencia. En cuyo caso son estos organismos los que otorgarán el instrumento administrativo mencionado.

Art. 58.- Establecimiento de requisitos.- El Ministerio de Turismo, mediante acuerdo ministerial establecerá los requerimientos que, a nivel nacional deben cumplir los establecimientos de turismo con el objeto de acceder a la licencia única anual de funcionamiento, entre los que necesariamente constará la obligación de estar afiliado y al día en el cumplimiento de obligaciones para con la respectiva Cámara Provincial de Turismo de su jurisdicción. Las instituciones del régimen seccional autónomo no establecerán requisitos adicionales para tal efecto. Este particular constará obligatoriamente en los correspondientes convenios de transferencia de competencias.

Art. 59.- Potestad descentralizada.- En ningún caso se requerirá del establecimiento turístico la obtención de la licencia única anual de funcionamiento del Ministerio de Turismo y además de la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta potestad.

Si la potestad ha sido descentralizada, la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta potestad tiene la obligación de remitir la información correspondiente al Ministerio de Turismo, en forma semanal. Esta actividad será coordinada entre el Ministerio de Turismo y la institución referida especialmente en los plazos para la entrega de la información, los contenidos de la información requerida, y la compatibilización de los programas utilizados.

Art. 60.- Pago de la licencia.- El valor que deberá pagarse es igual al valor que se paga por registro.



En los municipios, descentralizados el valor será fijado mediante la expedición de la ordenanza correspondiente.

De haber sido descentralizada la potestad para el otorgamiento de la licencia única anual de funcionamiento, y sin perjuicio del principio de autonomía de las instituciones del régimen seccional autónomo, éstas deberán mantener los montos fijados en la correspondiente ordenanza municipal por concepto de tasa para el otorgamiento del mencionado instrumento administrativo.

Para la expedición de las normas de las entidades del régimen seccional autónomo que establezcan derechos y/o tasas que deban satisfacer los establecimientos turísticos, se deberá contar obligatoriamente con los documentos técnicos y el procedimiento de consulta previa previsto en este reglamento.

Art. 61.- Cálculo del pago por actividades iniciadas con posterioridad a los treinta primeros días del año.- Cuando un establecimiento turístico no inicie sus operaciones de los primeros 30 días del año el pago por concepto de licencia única anual de funcionamiento, se calculará por el valor equivalente a los meses que restaren del año calendario.

Art. 62.- Inspecciones.- Únicamente en la jurisdicción de aquellos municipios a favor de los cuales no se haya descentralizado la competencia de control, el Ministerio de Turismo tiene facultad para en cualquier momento sin notificación previa, disponer inspecciones a los establecimientos turísticos a fin de verificar el cumplimiento de las condiciones y obligaciones que corresponden a la categoría o clasificación que se le otorgó. La misma potestad le corresponde a la institución del régimen seccional autónomo a favor de la cual se ha descentralizado esta atribución. La potestad material de inspección podrá ser ejercida a través de la iniciativa privada en los términos establecidos en la Ley de Modernización, su reglamento y este reglamento. La potestad de sanción, en cualquier caso, está a cargo de la correspondiente autoridad administrativa.

Si de la inspección se comprobare el incumplimiento de las normas que le son aplicables en razón de su clasificación, se notificará a la persona natural o al



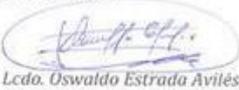
representante de la persona jurídica, para que de manera inmediata efectúen los correctivos del caso. El incumplimiento de esta disposición se sancionará según lo que está establecido en la Ley de Turismo y los procedimientos establecidos en este reglamento y en las normas de procedimiento que fueren aplicables.

Art. 63.- Uso de denominación.- Ningún establecimiento podrá usar denominación, razón social o nombre comercial y clasificación o categoría distintas a las que constan en el registro. El incumplimiento de esta disposición se sancionará según lo que está establecido en la Ley de Turismo y los procedimientos establecidos en este reglamento y en las normas de procedimiento que fueren aplicables.

Ningún establecimiento que ejerza actividades que no sean turísticas puede usar denominación, razón social, publicidad, promociones o cualquier otro mecanismo que provoque confusión en el público respecto a los servicios que se ofrecen. El Ministerio de Turismo y el Ministerio de Gobierno actuarán de oficio para clausurar esos establecimientos hasta que superen las causas que motivaron su intervención, es decir retiren la publicidad, letreros, facturas, rótulos, publicidad y demás elementos materiales que configuren esta violación.



Modelo de la licencia de funcionamiento alojamiento

	 GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN GUANO LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO 
	Señores: Autoridades, inspectores, Agentes de Policía PROVINCIA DE CHIMBORAZO
	EL GOBIERNO MUNICIPAL DEL CANTÓN GUANO en uso de las atribuciones previstas en las Ordenanzas de Turismo y sus Reglamentos vigentes, visto en el Registro de Inscripción N° 0607501323 Folio N° 117003 y, una vez que ha cumplido con todos los requisitos de Ley, concede la presente LICENCIA ÚNICA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO al establecimiento:
	PENSIÓN HOSPEDAJE JARDÍN DEL VALLE
	Propietario o representante legal: LEMA HERNÁNDEZ MARÍA HORTENCIA Clasificación: PENSIÓN Categoría: SEGUNDA Dirección: VÍA A GUANO KM 3 1/2 BARRIO LA NUBE
	<i>Cultura - Artesano - Tradición</i> El propietario o representante legal del establecimiento deberá cumplir estrictamente con las disposiciones legales vigentes, la infracción a cualquiera de estas normas, será sancionada de conformidad con la Ley.
	Guano, a 25 de Agosto de 2015
	 Lcd. Oswaldo Estrada Avilés ALCALDE DE GUANO 
	Queda anotado con el N° 14157 y tendrá una validez hasta el 31 de DICIEMBRE de 2015 De conformidad a lo que establece el artículo 8 de la Ordenanza Turística pertinente.
	 Ing. Mariana Orozco JEFE UNIDAD DE TURISMO 
	U.M.T. ESTE PERMISO NO PODRÁ SER RETIRADO NI INTERRUMPIDO POR NINGUNA AUTORIDAD, SIN CONOCIMIENTO Y AUTORIZACIÓN DE LA UNIDAD MUNICIPAL DE TURISMO, ORGANISMO COMPETENTE SEGÚN LAS LEYES VIGENTES. Nº 000248

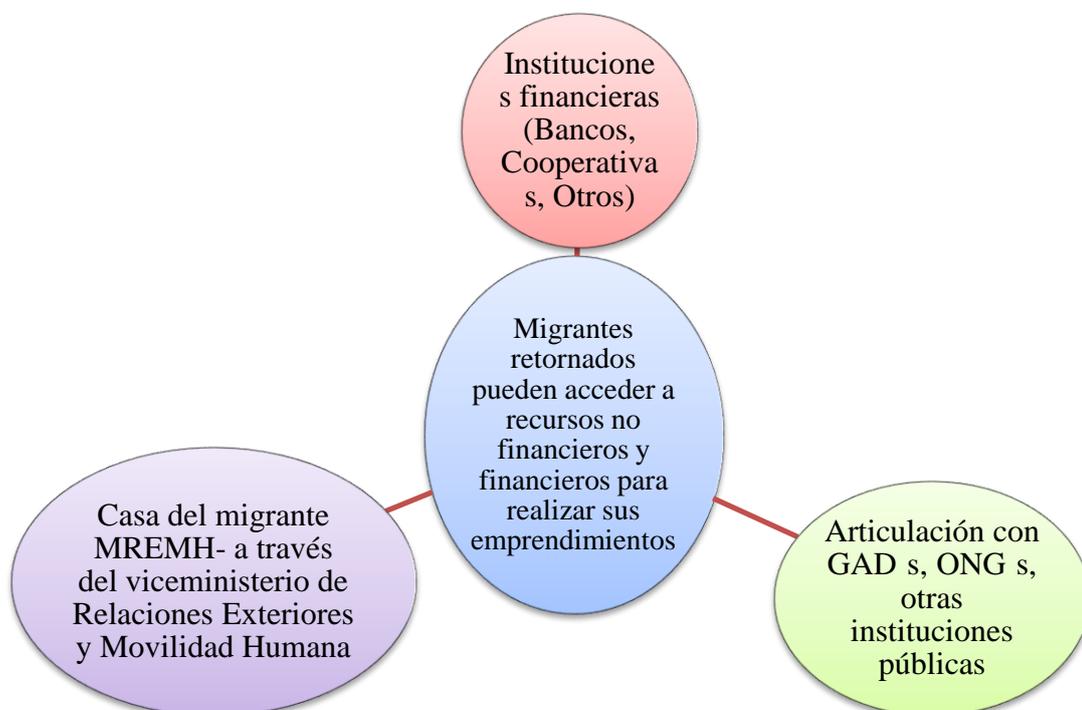


PARTE IV

4 INSTITUCIONES DE APOYO A LOS MIGRANTES

El emprendedor necesita talento y aprendizaje. Necesita el apoyo tanto público como privado para que su apuesta por la innovación pueda hacerse realidad. Necesita por parte de la sociedad la suma de esfuerzos en infraestructura, medios económicos y flexibilidad por parte de las Administraciones, es importante que el emprendedor reciba todo el apoyo posible por parte de entidades públicas y privadas. Aunque no siempre éste es el caso, además el emprendedor y futuro empresario necesita conocer y beneficiarse de préstamos capacitaciones asesoría por parte de instituciones de apoyo en este caso al migrante retornado partiendo de esta necesidad a continuación se presenta las más importantes entidades de apoyo a migrantes retornados.

Figura N° 4 **Instituciones de apoyo a los migrantes retornados**





4.1 MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y MOVILIDAD HUMANA

Durante el año 2015, se estima en 7.350 el total de asesorías (individuales, colectivas y acompañamientos). En este proyecto se ofertará asistencia, asesoría, capacitación y creación de los mecanismos, para que accedan los migrantes ecuatorianos a la reinserción en la productividad, con capacidad de brindar este servicio a los migrantes ecuatorianos retornados ya que se buscaran los mecanismos de gestión con el sector privado, publico, ONG´s y sociedad civil.

La principal institución que apoyo a los migrantes ha sido la ex SENAMI continuando con la misma labor actualmente el Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana en todo el Ecuador.

Tabla 9 **MIGRANTES ATENDIDOS**

PERSONAS MIGRANTES RETORNADAS ATENDIDAS EN EL 2015		
Coordinación Zonal	Provincia	Número de Personas
1	Esmeraldas, Carchi, Imbabura, Sucumbíos	576
2	Pichincha (excepto cantón Quito), Napo y Orellana	432
3	Pastaza, Cotopaxi, Tungurahua, Chimborazo	672
4	Manabí, Santo Domingo de los Tsáchilas	744
5	Guayas (Excepto los cantones de Guayaquil, Durán y Samborondón), Los Ríos, Santa Elena, Bolivar y Galápagos	797
6	Cañar, Azuay y Morona Santiago	648
7	El Oro, Loja, y Zamora Chinchipe	792
8	Cantones; Guayaquil, Durán y Samborondón	1872
9	Cantones; Guayaquil, Durán y Samborondón	817
TOTAL		7.350

Fuente: Coordinaciones Zonales MREMH
Elaborado por: MREMH



4.2 CON LA CORPORACIÓN NACIONAL DE FINANZAS POPULARES Y SOLIDARIAS (CONAFIPS) Y EL BANCO NACIONAL DE FOMENTO (BNF):

PASOS:

1. Acercamiento y recepción de las demandas de los migrantes en el exterior (consulados) y en el país (Coordinaciones Zonales).
2. Elaboración del Plan de Negocios, con asesoría de una Entidad de Desarrollo Local
3. (EDL).
4. Contacto con Entidad Financiera (Cooperativa de Ahorro y Crédito-COAC; o BNF) y entrega del Plan de Negocios elaborado con la Entidad de Desarrollo Local.
5. Evaluación del Plan de Negocios, por parte de la Entidad Financiera.
6. Con una evaluación favorable de la Entidad Financiera:
 - a) En el caso de CONAFIPS, la COAC le solicita los recursos para el crédito.
 - b) En el caso del BNF, pasa por la aprobación de las instancias internas correspondientes para la autorización del crédito.
7. Firma de Convenio de Crédito entre la Entidad Financiera (COAC o BNF) y la/s persona/s que recibe/n el crédito. Incluir el Fondo de Garantía.
8. Implementación del Plan de Negocios: entrega de los recursos de crédito.
9. Seguimiento a la ejecución del crédito y del Plan de Negocios.
10. Evaluación de los resultados de la implementación del crédito y del Plan de Negocios.

B. La CORPORACIÓN FINANCIERA NACIONAL (CFN) tiene su propio proceso, con productos No Financieros y productos Financieros:

B.1. PRODUCTOS NO FINANCIEROS:

- 2 **Asesoría al empresario:** Consiste en colocar al alcance del cliente técnicas que faciliten la conclusión de sus ideas y sus proyectos de negocios en planes viables.



- 3 **Asistencia técnica:** Brindar programas de capacitación en temas empresariales y financieros.
- 4 **Atención a reclamos:** Es un servicio orientado a la atención de quejas y reclamos, con el fin de incrementar los niveles de satisfacción y protección al usuario del sistema financiero.
- 5 **CFN Banking:** Se puede realizar consultas sobre el estado de su crédito, estado de cuenta, tabla de amortización, recibos de pago entre otros.

B.2. PRODUCTOS FINANCIEROS

1. **Crédito directo para el desarrollo:** Financiamiento de proyectos nuevos o de ampliación que se enmarcan en actividades productivas - sectores priorizados, industrias estratégicas e industrias básicas.
2. **Financiamiento cambio a la Matriz Productiva:** Financiamiento para activos fijos de proyectos nuevos o de ampliación que se enmarcan en actividades correspondientes a las cadenas productivas priorizadas.
3. **Línea de capital de trabajo:** Financiamiento directo en base a líneas de crédito revolventes u operaciones puntuales, para la exportación, importación y materia prima- insumos locales.
4. **Fondo de garantía:** Es una herramienta financiera que facilita el acceso al crédito a pequeños y medianos empresarios, cuyo problema es la falta de garantías suficientes para acceder al crédito.

4.3 MIGRANTES RETORNADOS DE CHIMBORAZO (MIRECH)

PASOS:

1. Identificación de migrantes retornados con necesidades de emprendimiento
2. Reuniones con los migrantes retornados



3. Asesoría en financiamiento con la BANCADA para el crédito según la necesidad.
4. Charlas y ayuda psicológica para la inserción del migrante a la sociedad
5. Reuniones para identificar el potencial y el área de inserción.
6. Capacitación y asistencia técnica gratuita impulsada por la casa del migrante y el municipio de Riobamba.
7. Seguimiento a los emprendimientos por parte del MIRECH y municipio de Riobamba.

4.4 GAD CANTÓN CHUNCHI

El departamento de emprendimiento del GAD municipal del cantón Chunchi para apoyar a emprendimientos productivos en el cantón como respuesta a la falta de trabajo resuelve los siguientes beneficios a personas interesadas:

1. Entrega de microcrédito hasta de 2000 dólares tramite que se puede realizar en el municipio de Chunchi.
2. Revisión de los proyectos por parte del equipo técnico del municipio.
3. Prestamos con un plazo de dos años de garantía.
4. Intereses al bajo costo.



PARTE V

5. TEMAS LEGALES

5.1 ACTIVIDAD TURÍSTICA

Art. 42.- Actividades turísticas.- Según lo establecido por el Art. 5 de la Ley de Turismo se consideran actividades turísticas las siguientes:

- a) Alojamiento.
- b) Servicio de alimentos y bebidas.
- c) Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- d) Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- e) La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos, congresos y convenciones; y,

Art. 43.- Definición de las actividades de turismo.- Para efectos de la aplicación de las disposiciones de la Ley de Turismo, las siguientes son las definiciones de las actividades turísticas previstas en la ley:

a) Alojamiento

Se entiende por alojamiento turístico, el conjunto de bienes destinados por la persona natural o jurídica a prestar el servicio de hospedaje no permanente, con o sin alimentación y servicios básicos y/o complementarios, mediante contrato de hospedaje.

b) Servicio de alimentos y bebidas

Se entiende por servicio de alimentos y bebidas a las actividades de prestación de servicios gastronómicos, bares y similares, de propietarios cuya actividad económica



esté relacionada con la producción, servicio y venta de alimentos y/o bebidas para consumo. Además, podrán prestar otros servicios complementarios como diversión, animación y entretenimiento.

c) **Transportación**

Comprende la movilización de pasajeros por cualquier vía (terrestre, aérea o acuática) que se realice directamente con turistas en apoyo a otras actividades como el alojamiento, la gastronomía, la operación y la intermediación.

d) **Operación**

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

e) **Intermediación**

La actividad de intermediación es la ejercida por agencias de servicios turísticos, las sociedades comerciales, constituidas por personas naturales o jurídicas y que, debidamente autorizadas, se dediquen profesionalmente al ejercicio de actividades referidas a la prestación de servicios, directamente o como intermediarios entre los viajeros y proveedores de los servicios.

5.2 CONSTRUCCIÓN LEGAL DE LA EMPRESA

5.3 ESTRUCTURA LEGAL DE LA EMPRESA

- Si tu idea es tener una empresa de tipo familiar o con personas allegadas, puedes crear una **compañía limitada**. Esta se conforma por mínimo 2 y máximo 15 socios y tiene “capital cerrado” (capital con un número limitado de acciones que no se podrán cotizar en la Bolsa de Valores).



- Si quieres que tu empresa no tenga límite de socios y tenga “capital abierto” (número ilimitado de acciones que sí se pueden cotizar en la Bolsa de Valores), puedes crear una **compañía anónima**.

5.4 PASOS PARA CONSTITUIR UNA EMPRESA

1. **Reservar un nombre.** Este trámite se realiza en el balcón de servicios de la Superintendencia de Compañías y dura aproximadamente 30 minutos. Ahí mismo revisar que no exista ninguna compañía con el mismo nombre que has pensado para la tuya.
2. **Elaborar los estatutos.** Es el contrato social que regirá a la sociedad y se validan mediante una minuta firmada por un abogado. El tiempo estimado para la elaboración del documento es 3 horas.
3. **Abrir una “cuenta de integración de capital”.** Esto se realiza en cualquier banco del país. Los requisitos básicos, que pueden variar dependiendo del banco, son:
 - Capital mínimo: \$400 para compañía limitada y \$800 para compañía anónima.
 - Carta de socios en la que se detalla la participación de cada uno
 - Copias de cédula y papeleta de votación de cada socio

Luego debes pedir el “certificado de cuentas de integración de capital”, cuya entrega demora aproximadamente de 24 horas.

4. **Elevar a escritura pública.** Acude donde un notario público y lleva la reserva del nombre, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con los estatutos.
5. **Aprobar el estatuto.** Lleva la escritura pública a la Superintendencia de Compañías, para su revisión y aprobación mediante resolución. Si no hay observaciones, el trámite dura aproximadamente 4 días.



6. **Publicar en un diario.** La Superintendencia de Compañías te entregará 4 copias de la resolución y un extracto para realizar una publicación en un diario de circulación nacional.
7. **Obtener los permisos municipales.** En el municipio de la ciudad donde se crea tu empresa, deberás:
 - Pagar la patente municipal
 - Pedir el certificado de cumplimiento de obligaciones.
8. **Inscribir tu compañía.** Con todos los documentos antes descritos, anda al Registro Mercantil del cantón donde fue constituida tu empresa, para inscribir la sociedad.
9. **Realizar la Junta General de Accionistas.** Esta primera reunión servirá para nombrar a los representantes de la empresa (presidente, gerente, etc.), según se haya definido en los estatutos.
10. **Obtener los documentos habilitantes.** Con la inscripción en el Registro Mercantil, en la Superintendencia de Compañías te entregarán los documentos para abrir el RUC de la empresa.
11. **Inscribir el nombramiento del representante.** Nuevamente en el Registro Mercantil, inscribe el nombramiento del administrador de la empresa designado en la Junta de Accionistas, con su razón de aceptación. Esto debe suceder dentro de los 30 días posteriores a su designación.
12. **Obtener el RUC.** El Registro Único de Contribuyentes (RUC) se obtiene en el Servicio de Rentas Internas (SRI), con:
 - El formulario correspondiente debidamente lleno
 - Original y copia de la escritura de constitución
 - Original y copia de los nombramientos
 - Copias de cédula y papeleta de votación de los socios



- De ser el caso, una carta de autorización del representante legal a favor de la persona que realizará el trámite.

13. **Obtener la carta para el banco.** Con el RUC, en la Superintendencia de Compañías te entregarán una carta dirigida al banco donde abriste la cuenta, para que puedas disponer del valor depositado.

Cumpliendo con estos pasos podrás tener tu compañía limitada o anónima lista para funcionar. El tiempo estimado para la terminación del trámite es entre tres semanas y un mes.

Un abogado puede ayudarte en el proceso. El costo de su servicio puede variar entre \$600 y \$1,000 o dependiendo del monto de capital de la empresa.

5.5 PERMISOS DE FUNCIONAMIENTO DE LAS PYMES TURÍSTICAS

GRAFICO N°2
PERMISOS DE FUNCIONAMIENTOS PARA PYES TURÍSTICAS

	A QUIEN SE DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR OBLIGACIÓN	FRECUENCIA DE PAGO Y/O CUMPLIMIENTO	QUIEN DEBE PAGAR Y/O CUMPLIR
PERMISOS			
Registro Actividad Turística	Ministerio de Turismo	Sólo 1 vez	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Única de Funcionamiento Turismo	Ministerio Turismo / Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Permiso Sanitario	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Certificados de Salud empleados	Ministerio Salud	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Patente	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Rótulos y Publicidad Exterior	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Bomberos	Cuerpo de Bomberos	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Licencia Ambiental (Quito)	Municipio	Anual	P. Naturales y Jurídicas

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS

Declaración de Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Impuesto a la Renta (Rel. Dependencia)	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Jurídicas
Anticipo Impuesto a la Renta	Servicio de Rentas Internas	Jul / Sep	P. Naturales y Jurídicas
Retenciones en la Fuente – Renta	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto al Valor Agregado – IVA	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Consumos Especiales – ICE	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Anexos Transaccionales (IVA / ICE / Renta)	Servicio de Rentas Internas	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Declaración Patrimonial	Servicio de Rentas Internas	Anual	P. Naturales



OBLIGACIONES PATRONALES

Décimo Cuarto Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 14vo. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Décimo Tercero Sueldo	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 13vo. Sueldo	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Fondos de Reserva	IESS	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Pagar 15 % utilidades a empleados	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Presentar planilla de pago 15 % utilidades	Ministerio Trabajo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Uniformes para el Personal	Empleados	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Remuneraciones a empleados	Empleados	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Aportes Seguro Social Empleados	IESS	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Repartir 10 % por Servicio	Empleados	Mensual	Hoteles y Rest. 5 y 4 *
Presentar Planilla de pago 10 % por servicio	Inspectorías de Trabajo	13ro/14to/ Utili	Hoteles y Rest. 5 y 4 *
Aplicar porcentaje de discapacitados en nómina	Ministerio de Trabajo	Permanente	P. Naturales y Jurídicas
Tener dispensador de preservativos	Ministerio de Salud	Permanente	P. Naturales y Jurídicas

OTRAS CONTRIBUCIONES Y OBLIGACIONES

Contribución 1 x mil a los activos fijos (FMPTE)	Ministerio de Turismo	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contribución 1 x mil activos reales	Superintendencia Compañías	Anual	P. jurídicas
Presentar balances	Superintendencia Compañías	Anual	P. jurídicas
Impuesto a los Activos Totales (1,5 x mil)	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto Predial	Municipios	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Matriculación de vehículos	Jefaturas de Tránsito	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Revisión Técnica Vehicular (Quito)	Municipio – CORPAIRE	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Contratar SOAT para vehículos	Aseguradoras calificadas	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos autores y compositores (SAYCE)	SAYCE	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Derechos productores fonogramas (SOPROFON)	SOPROFON	Anual	P. Naturales y Jurídicas
Teléfono	Empresa Telefónica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Agua Potable	Empresa Agua Potable	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Energía Eléctrica	Empresa Eléctrica	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes estadísticos	Ministerio Turismo	Mensual	P. Naturales y Jurídicas
Reportes de Huéspedes	Varias Instituciones	Diario	P. Naturales y Jurídicas
Impuesto a los Espectáculos Públicos	Municipios	Ocasional	P. Naturales y Jurídicas
Tasa Servicios Turísticos	Municipio de Quito	Mensual	P. Naturales y Jurídicas

5.6 CÓDIGO DE TRABAJO

El presente código de trabajo con estado vigente modificado el 20-abr.-2015 resuelve lo siguiente en cuanto a los trabajadores y empleadores tipos de contratos y beneficios de ley:

5.6.1 TRABAJADOR

Art. 9.- Concepto de trabajador.- La persona que se obliga a la prestación del servicio o a la ejecución de la obra se denomina trabajador y puede ser empleado u obrero.

5.6.2 EMPLEADOR

Art. 10.- Concepto de empleador.- La persona o entidad, de cualquier clase que fuere, por cuenta u orden de la cual se ejecuta la obra o a quien se presta el servicio, se denomina empresario o empleador.

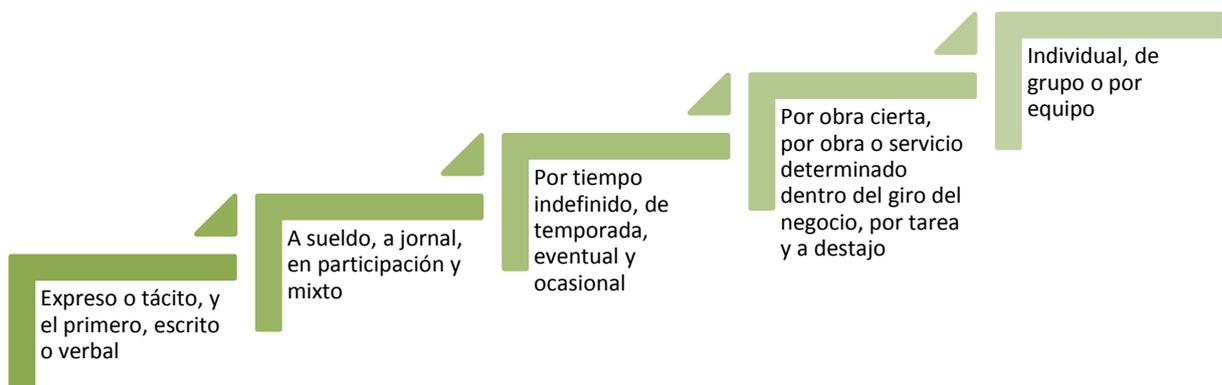


5.6.3 EL CONTRATO DE TRABAJO

Un contrato es un acuerdo de voluntades, verbal o escrito, manifestado en común entre dos o más, personas con capacidad (partes), que se obligan en virtud del mismo, regulando sus relaciones relativas a una determinada finalidad o cosa, y a cuyo cumplimiento pueden compelerse de manera recíproca, si el contrato es bilateral, o compelerse una parte a la otra, si el contrato es unilateral.

5.6.4 TIPOS DE CONTRATO

Figura Nº 5 Tipos de contrato



Art. 12.- Contratos expreso y tácito. - El contrato es expreso cuando el empleador y el trabajador acuerden las condiciones, sea de palabra o reduciéndolas a escrito.

A falta de estipulación expresa, se considera tácito toda relación de trabajo entre empleador y trabajador.

Art. 13.- Formas de remuneración.- En los contratos a sueldo y a jornal la remuneración se pacta tomando como base, cierta unidad de tiempo.



Contrato en participación es aquel en el que el trabajador tiene parte en las utilidades de los negocios del empleador, como remuneración de su trabajo. La remuneración es mixta cuando, además del sueldo o salario fijo, el trabajador participa en el producto del negocio del empleador, en concepto de retribución por su trabajo.

Art. 14.- Contrato tipo y excepciones.- El contrato individual de trabajo a tiempo indefinido es la modalidad típica de la contratación laboral estable o permanente, su extinción se producirá únicamente por las causas y los procedimientos establecidos en este Código.

Se exceptúan de lo dispuesto en el inciso anterior:

- a. Los contratos por obra cierta, que no sean habituales en la actividad de la empresa o empleador;
- b. Los contratos eventuales, ocasionales y de temporada;
- c. Los de aprendizaje; y,
- d. Los demás que determine la ley.

Art. 15.- Período de prueba. - En todo contrato de plazo indefinido, cuando se celebre por primera vez, podrá señalarse un tiempo de prueba, de duración máxima de noventa días. Únicamente para el caso de los contratos de servicio doméstico o trabajo remunerado del hogar, el período de prueba será de hasta quince días.

No podrá establecerse más de un período de prueba entre el mismo trabajador y empleador, sea cual sea la modalidad de contratación.

Durante el período de prueba, cualquiera de las partes lo puede dar por terminado libremente.

El empleador no podrá mantener simultáneamente trabajadores con período a prueba por un número que exceda al quince por ciento del total de sus trabajadores. Sin embargo, los empleadores que inicien sus operaciones en el país, o los existentes que amplíen o diversifiquen su industria, actividad o negocio, no se sujetarán al porcentaje del quince por ciento durante los seis meses posteriores al inicio de operaciones, ampliación o diversificación de la actividad, industria o negocio.



Para el caso de ampliación o diversificación, la exoneración del porcentaje no se aplicará con respecto a todos los trabajadores de la empresa sino exclusivamente sobre el incremento en el número de trabajadores de las nuevas actividades comerciales o industriales.

La violación de esta disposición dará lugar a las sanciones previstas en este Código, sin perjuicio de que el excedente de trabajadores del porcentaje antes indicado, pasen a ser trabajadores permanentes, en orden de antigüedad en el ingreso a labores.

Art. 16.- Contratos por obra cierta, por tarea y a destajo.- El contrato es por obra cierta, cuando el trabajador toma a su cargo la ejecución de una labor determinada por una remuneración que comprende la totalidad de la misma, sin tomar en consideración el tiempo que se invierta en ejecutarla.

En el contrato por tarea, el trabajador se compromete a ejecutar una determinada cantidad de obra o trabajo en la jornada o en un período de tiempo previamente establecido. Se entiende concluida la jornada o período de tiempo, por el hecho de cumplirse la tarea.

En el contrato a destajo, el trabajo se realiza por piezas, trozos, medidas de superficie y, en general, por unidades de obra, y la remuneración se pacta para cada una de ellas, sin tomar en cuenta el tiempo invertido en la labor.

Art. 16.1.- Del contrato por obra o servicio determinado dentro del giro del negocio.- En los contratos por obra o servicios determinados dentro del giro del negocio, una vez concluida la labor o actividad para la cual fue contratado el trabajador, terminará la relación de trabajo, siendo procedente el pago de la bonificación por desahucio conforme lo establecido en el artículo 185 del mismo.

Para la ejecución de nuevas obras o servicios, el empleador tendrá la obligación de contratar nuevamente a los trabajadores que hayan prestado sus servicios en la ejecución de obras o servicios anteriores bajo este tipo de contrato, hasta por el número de puestos de trabajo que requiera la nueva obra o servicio, siendo facultad del empleador escoger



a los trabajadores que él considere. Respecto a los trabajadores que no pudieron ser llamados a la nueva obra o servicio, esto no implica que se termine la obligación de llamarlos para siguientes proyectos en los cuales exista la necesidad del número de plazas de trabajo.

Art. 17.- Contratos eventuales, ocasionales, de temporada.- Son contratos eventuales aquellos que se realizan para satisfacer exigencias circunstanciales del empleador, tales como reemplazo de personal que se encuentra ausente por vacaciones, licencia, enfermedad, maternidad y situaciones similares; en cuyo caso, en el contrato deberá puntualizarse las exigencias circunstanciales que motivan la contratación, el nombre o nombres de los reemplazados y el plazo de duración de la misma.

También se podrán celebrar contratos eventuales para atender una mayor demanda de producción o servicios en actividades habituales del empleador, en cuyo caso el contrato no podrá tener una duración mayor de ciento ochenta días continuos o discontinuos dentro de un lapso de trescientos sesenta y cinco días.

Si la circunstancia o requerimiento de los servicios del trabajador se repite por más de dos períodos anuales, el contrato se convertirá en contrato de temporada. El sueldo o salario que se pague en los contratos eventuales, tendrá un incremento del 35% del valor hora del salario básico del sector al que corresponda el trabajador.

Art. 18.- Contrato escrito.- El contrato escrito puede celebrarse por instrumento público o por instrumento privado. Constará en un libro especial y se conferirá copia, en cualquier tiempo, a la persona que lo solicitare.

Art. 32.- Contrato de equipo.- Si un equipo de trabajadores, organizado jurídicamente o no, celebrare contrato de trabajo con uno o más empleadores, no habrá distinción de derechos y obligaciones entre los componentes del equipo; y el empleador o empleadores, como tales, no tendrán respecto de cada uno de ellos deberes ni derechos, sino frente al grupo.



En consecuencia, el empleador no podrá despedir a uno o más trabajadores del equipo y, en caso de hacerlo, se considerarán como despido de todo el grupo y pagará las indemnizaciones correspondientes a todos y cada uno de sus integrantes.

Art. 35.- Quienes pueden contratar.- Son hábiles para celebrar contratos de trabajo todos los que la Ley reconoce con capacidad civil para obligarse. Sin embargo, los adolescentes que han cumplido quince años de edad tienen capacidad legal para suscribir contratos de trabajo, sin necesidad de autorización alguna y recibirán directamente su remuneración.

5.6.5 DERECHOS DEL TRABAJADOR

Art. 40.- Derechos exclusivos del trabajador.- El empleador no podrá hacer efectivas las obligaciones contraídas por el trabajador en los contratos que, debiendo haber sido celebrados por escrito, no lo hubieren sido; pero el trabajador sí podrá hacer valer los derechos emanados de tales contratos.

En general, todo motivo de nulidad que afecte a un contrato de trabajo sólo podrá ser alegado por el trabajador.

5.6.6 RESPONSABILIDADES DEL EMPLEADOR

Art. 41.- Responsabilidad solidaria de empleadores. - Cuando el trabajo se realice para dos o más empleadores interesados en la misma empresa, como condueños, socios o copartícipes, ellos serán solidariamente responsables de toda obligación para con el trabajador.

CAPÍTULO IV: DE LAS OBLIGACIONES DEL EMPLEADOR Y DEL TRABAJADOR

Art. 42.- Obligaciones del empleador.- Son obligaciones del empleador:

1. Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código;



2. Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad;
3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código;
4. Establecer comedores para los trabajadores cuando éstos laboren en número de cincuenta o más en la fábrica o empresa, y los locales de trabajo estuvieren situados a más de dos kilómetros de la población más cercana.
7. Llevar un registro de trabajadores en el que conste el nombre, edad, procedencia, estado civil, clase de trabajo, remuneraciones, fecha de ingreso y de salida, dirección domiciliaria, correo electrónico y cualquier otra información adicional que facilite su ubicación. Este registro se lo actualizará con los cambios que se produzcan.
9. Conceder a los trabajadores el tiempo necesario para el ejercicio del sufragio en las elecciones populares establecidas por la ley, siempre que dicho tiempo no exceda de cuatro horas, así como el necesario para ser atendidos por los facultativos de la Dirección del Seguro General de Salud Individual y Familiar del Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, o para satisfacer requerimientos o notificaciones judiciales.



CAPITULO VI

6. ESTRATEGIAS EMPRENDEDORAS

6.1 CONOCER EL MERCADO

Distinguir el negocio en el que se ha pensado es solo una idea o una oportunidad. Es decir, no sólo se debe pensar en lo que se debe vender, sino en lo que los clientes necesitan y están dispuestos a comprar. Hay tres maneras de identificar una oportunidad: observar tendencias, resolver problemas y encontrar nichos en el mercado. En la primera debemos analizar las fuerzas económicas, sociales, tecnológicas y políticas. En la segunda, preguntarse qué problema se resuelve con la idea de negocio. Y en la tercera descubre grupos de personas que necesitan dicho producto o servicio.

6.2 ESTRATEGIAS IMPORTANTES

Las personas emprendedoras han promovido y promueven los avances de la humanidad en todos los campos. Se trata de personas con unas actitudes y aptitudes relacionadas con la creatividad y la innovación, por encima de la media de la población en general. Los emprendedores identifican oportunidades, establecen objetivos e intentan alcanzarlos, siempre con la motivación necesaria para tener éxito en el reto planteado. Ser emprendedor es tener capacidad creativa, capacidad de resolución de problemas, es tener una actitud positiva ante los cambios, no sólo adaptarse a ellos sino generarlos, es manifestar tolerancia al fracaso, aprender de él, es también capacidad para afrontar la incertidumbre y el riesgo, centrándonos en el contenido propuesto para este capítulo indicare algunos consejos básicos para el buen emprendedor.



GRAFICO N°4
ESTRATEGIAS EMPRENDEDORAS



Idea

1. Idea de negocio: En general, no se emprende por emprender, sino que se detecta lo que se considera una «oportunidad» de negocio y en base a ella se plantea la posibilidad de emprender. La idea de negocio debe estar relacionada con la capacidad de análisis derivada de la formación y la experiencia laboral y vivencial de cada individuo. No hay que «cerrarse en banda» en la idea inicial, hay que modelarla y adaptarla según se vaya desarrollando el proyecto.

Ilusión



2. Fuerte motivación: Emprender con éxito y mantener en el tiempo un proyecto empresarial no es tarea fácil deben empoderarse de la idea y echar a andar el proyecto.

Idoneidad del equipo

3. Formar un equipo multidisciplinar: Normalmente, la complejidad de la actividad empresarial hace difícil que una sola persona pueda tener todos los conocimientos en todos los ámbitos de la actividad; por tanto, en muchos casos es necesario plantearse la formación de equipos multidisciplinarios en los que la asignación de tareas sea acorde con la formación y/o experiencia de cada uno. El hecho de formar este equipo no implica necesariamente que todos sean promotores o socios del proyecto; también pueden ser personas contratadas.

Información

4. Tener información/formación empresarial: Las características de los mercados a nivel local, nacional o internacional han cambiado drásticamente en los últimos años. La globalización ha incrementado la competencia y para estar bien posicionado es importante tener un nivel mínimo de conocimientos relacionados con la actividad empresarial, independiente de los que hayan podido adquirir con una carrera universitaria.

Riesgos

5. Asumir la incertidumbre y el riesgo: El riesgo y la incertidumbre es algo consustancial a la actividad empresarial. Como no es posible conocer toda la información, hay que asumir riesgos y tolerar trabajar con un cierto grado de incertidumbre. El famoso dicho: «Torres más altas han caído» aplicado al mundo empresarial da idea de que, por muy bien que vayan las cosas hoy, mañana se puede producir un cúmulo de circunstancias que provoquen el fracaso.



Identificar información

6. Identificar la información crítica del sector: Cada sector productivo o económico tiene sus reglas; sus formas de operar, lo que puede hacer que lo que es válido para uno, no lo sea en absoluto para otro. Si se pretende entrar en un tipo de mercado y negocio es muy importante conocerlo o, en su caso, contar con alguien que lo conozca y pueda orientar al respecto. Dentro de.

Plan de negocios.

7. Hacer un proyecto y plan de empresa: Un proyecto que permita presentar el modelo de negocio para difundirlo entre los agentes interesados y un plan de empresa que, aunque difícilmente se cumplirá, puede servir como una estimación sobre cómo podría evolucionar el negocio. En este sentido, hay que intentar ser «realista» y mejor todavía «pesimista», planteando algo próximo a lo que conocemos como «el caso peor». De esta forma, cualquier logro por encima será un éxito.

Instrumentos

8. Uso de las TIC's: Las nuevas tecnologías resultan imprescindibles para la mayor parte de las actividades humanas y, por ende, en el mundo de la empresa y los negocios. Por ello, es importante conocer las aplicaciones relacionadas con las TIC's y sus posibilidades en el tipo y modelo de negocio planteado.

Financiación

9. Oportunidades de financiación: La financiación es un factor clave en la puesta en marcha de una actividad empresarial. Hay que buscar las oportunidades de subvenciones o financiación preferente que se puedan encontrar en función de la situación personal de los promotores o por las características del proyecto empresarial. Hay que participar en los concursos de ideas, en los que, además de que otros, quizá expertos, valoren la idea, se pueda obtener «un premio» que



pueda constituir el capital semilla o una parte de la financiación necesaria. En cualquier caso, es aconsejable hacer la inversión mínima requerida al principio y planificar las necesidades de financiación en función del desarrollo de la actividad.

Indulgencia con el fracaso

10. No temer al fracaso y aprender de él: Las posibilidades de alcanzar el éxito la primera vez que se emprende son muy reducidas. Existen muchos emprendedores que no llegan a ver en marcha su proyecto y, aunque lo vean, no son capaces de mantenerlo vivo mucho tiempo.

Tener en cuenta estos consejos generales y otros específicos adaptados al tipo y modelo de negocio, así como a las características personales del emprendedor, resultaran fundamentales para alcanzar el éxito en una iniciativa empresarial y emprendedora.

6.3 IMPORTANCIA DE LA TECNOLOGÍA EN EMPRENDIMIENTOS

En los últimos años, el emprendimiento ha recibido un impulso notable por parte de todos los ámbitos sociales. La actual crisis económica y social ha puesto de manifiesto la necesidad de un cambio en la matriz productiva y economía. El emprendimiento se presenta como una de las claves que puede contribuir a ese cambio necesario.

Internet es un sector cambiante, en constante evolución, que requiere una constante capacitación y formación para poder sacarle el máximo provecho. Los nuevos emprendedores no necesitan ser expertos, pero, al menos, deben conocer los conceptos fundamentales que les permitan acercar sus negocios a la red o tener una mejor comunicación con profesionales del sector para hacerles llegar sus necesidades. Asimismo, la formación en herramientas colaborativas y de productividad, como las de gestión de proyectos online u ofimáticas online, pueden hacer aumentar la productividad de una empresa, agilizando de manera considerable sus tareas diarias.



6.3.1 MARKETING DIGITAL

El Marketing Digital es la integración de estrategias simultáneas en la web, a través de un proceso y metodología específica, en busca de objetivos claros usando diversas herramientas, plataformas y medios sociales

6.3.2 CANALES DE COMERCIALIZACIÓN

Para dar a conocer nuestros productos es importante el uso de los canales directos y a través de intermediarios:

1. **Venta directa:** Ésta es la manera más básica y tradicional de vender. Consiste en un cuerpo de ventas dedicado que vende los productos o servicios de su empresa directamente a los clientes.

Figura Nº 6 **Venta directa**



2. **Venta a través de intermediarios:** El producto o servicio para llegar al consumidor tiene que pasar a través de uno o varios intermediarios, donde cada cual aplica un porcentaje de ganancia.



Figura Nº 7 Venta por intermediarios



6.3.3 PROMOCIÓN

Para ejecutar la etapa de promoción de un emprendimiento es necesario desarrollar varias estrategias tales como:

A. Marca.

La marca en un negocio es muy importante ya que da a conocer el producto preferentemente en mensajes cortos que llegaran de una manera estratégica al consumidor final.

- Distingue un producto o servicio de otro. La fuerza distintiva es la función esencial de una marca; la cual le permite al consumidor elegir el producto o servicio que desea y al elegirlo retribuye el esfuerzo del titular de la marca que construye una clientela y aumenta sus ganancias.
- Indica procedencia. Se relaciona el producto con el fabricante, o sea, el que dio origen a esa marca, es cuando decimos esta marca es de tal empresa y lo adquirimos o no.
- Indica calidad. Se garantiza calidad uniforme. El cliente espera encontrar igual o mejor calidad que la primera vez que lo adquirió debido a que las empresas se concentran en conservar su clientela a través de las características del producto.



- Brinda publicidad autónoma. La marca acumula fama en sí misma, ese prestigio adquirido queda en la marca, este beneficio se puede aprovechar para otros productos dentro de la misma línea o para ampliar la línea de productos, lo cual le genera a la empresa mayor recordación de la marca y por lo tanto un mejor grado de posicionamiento en el mercado generándole mayor rentabilidad.

Al seleccionar una marca, se debe averiguar si la marca escogida o marcas similares han sido registradas ya por otras empresas para la categoría de productos o servicios y mercados en los que está usted interesado.

Figura N° 8 **Marca promoción turística**



B. Gigantografías

La promoción visual es necesaria para incrementar las visitas, por lo cual es necesario la elaboración de gigantografías de promoción. Las mismas deben ser ubicadas en lugares estratégicos, tanto en la entrada de la ciudad, como a la salida, con frases de agrado y que incentiven la visita. La medida será de acuerdo al espacio físico que disponga la municipalidad.



Figura Nº 9 Gigantografía promoción turística



Todos estos recursos publicitarios serán de gran ayuda al momento de poner en marcha los emprendimientos cada herramienta publicitaria utilizada captara la atención del cliente que es prioritario para el desarrollo de la empresa buscando la fidelidad a la misma y logrando captar clientes potenciales en el área de turismo.

6.3.4 IMPORTANCIA DEL MARKETING EN PYMES

La importancia del uso del marketing digital para las PYMES no radica en una moda o tendencia, radica en el cambio en la forma que el consumidor hoy en día se informa y toma decisiones de compra. En los canales que utiliza para este proceso.

Una página web orientada al cliente y por ende, a los buscadores. Que esté estructurada para ser una máquina que convierta visitas en leads y leads en clientes.

Una plataforma de contenido, es decir, un Blog que proporcione información de mucho valor y utilidad para su mercado, que los ayude a posicionarse como expertos en su área de negocio y que permita llevar más tráfico a su sitio.



Redes Sociales adecuadas para el tipo de mercado al que vas dirigido, que te ayuden a amplificar tus mensajes y contenido. Que te acerquen a tu mercado y te permitan generar engagement y comunidad en torno a temas comunes y asociados con tu negocio.

6.4 PLAN DE NEGOCIOS

El plan de negocios es una herramienta básica para darle consistencia y dirección a la empresa, además que ayuda a enfocarla a fin de alcanzar los objetivos, asegurando los intereses de la empresa. Permite organizar los recursos y las tareas que logran la excelencia y crecimiento de la empresa.

6.4.1 UTILIDAD PARA LA EMPRESA

La empresa que diseña un plan se beneficia, porque logrará ubicarse en el mercado y generar mejores condiciones para su negocio. El plan le permitirá:

- ✓ Definir el producto o servicio que se pretende comercializar.
- ✓ Analizar el capital que se requiere para cada fase del proyecto
- ✓ Permite conocer la visión del proyecto de inversión.
- ✓ Especificar la estructura física y humana.
- ✓ Estudiar el mercado de interés.
- ✓ Estudiar estrategias de comercialización y los canales de distribución.
- ✓ Analizar el tiempo requerido para empezar a generar ingresos
- ✓ Analizar las formas de obtener el financiamiento mas conveniente
- ✓ Buscar una asociación con inversionistas importantes
- ✓ Enfrentar los problemas que se nos pueden presentar en un futuro y de esta manera poderse adaptar con facilidad a los cambios sin que afecte demasiado.
- ✓ Para demostrar que el proyecto es viable.

6.4.2 UTILIDAD PARA LOS TURISTAS

Los turistas también se benefician con la existencia de un plan de mercado dado que, en función de las estrategias que se aplican, las que parten de diseñar productos que satisfacen los deseos de los consumidores recibirán:



- ✓ Mejores servicios. Al plantearse objetivos de satisfacción de la demanda en el Plan de Negocios, se contemplará específicamente apuntar a la mejora permanente. Los turistas se benefician porque reciben servicios de mejor calidad ya que permanentemente se indagará sobre el nivel de satisfacción.
- ✓ Mejor información. Hacer conocer su oferta ha de ser una preocupación permanente. Esta circunstancia determina que quienes tengan un plan se preocupen porque la información sobre sus servicios le llegue a los turistas.
- ✓ Facilidades para comprar. Los prestadores se preocuparán que los consumidores obtengan las mejores facilidades para comprarles, desde ofertas en Internet, tarjetas de crédito, etc.

6.4.3 UTILIDAD PARA LA COMUNIDAD

No existe actividad económica que no genere costos para el ambiente y la cultura. Diseñar un Plan de Mercado sirve para disminuir los impactos que genera la carga turística sobre una comunidad.

Aunque el turismo distribuye ingresos muy ampliamente en toda comunidad turística, existen personas que no reciben beneficios y que, por el contrario, reciben el impacto negativo de los visitantes.

Entre las consecuencias negativas del turismo pueden mencionarse: el incremento del costo de vida, las molestias que puede generar la congestión sobre sitios atractivos, etc.

Planificar es útil para la sociedad porque:

- ✓ Reduce los efectos negativos de la actividad
- ✓ Incrementa los beneficios económicos y sociales

6.4.4 CÓMO PREPARAR UN PLAN DE NEGOCIO

Cada negocio o empresa por pequeño que este sea necesita desarrollar un plan de negocios y aunque esto lleva su tiempo e incluso capital, vale la pena realizarlo para poder enfrentar las oportunidades y obstáculos esperados e inesperados que se presenten



en el futuro. Para hacer esto, usted deberá mirar seria y detenidamente cada elemento del plan.

Aprender a:

- Definir su mercado objetivo
- Evaluar su riesgo y recompensa
- Identificar sus competidores

Para realizar un plan de negocios es necesario darle la importancia que merece ya que de su estructura dependerá el éxito o fracaso del proyecto. La planeación, entre otras cosas, permite pensar en las oportunidades de los negocios potenciales, asimismo en las amenazas que se pudieran enfrentar, todo ello le facilita las decisiones a la empresa ya que ayuda a mitigar los riesgos a través de las acciones diseñadas y razonadas previamente en estrategias pero fundamentadas en información verídica y confiable.

Un plan de negocio puede llevar una estructura de 8 pasos como se presenta a continuación:

Primer paso: La justificación:

Dentro de esta etapa se describe del porqué la idea, que es lo que persigue y hacia dónde se quiere llegar, es decir. Explicar su MISION, VISION Y OBJETIVOS. Toda justificación de proyecto deberá de ser de manera lógica y acorde con nuestras capacidades en el entorno al que nosotros nos vayamos a desenvolver.

Segundo paso: Realizar un análisis FODA

Es decir analizar la situación actual de la empresa, identificando las amenazas y oportunidades que surgen del ambiente así como también las fortalezas y debilidades internas de la organización.

Tercer paso: Analizar la ventaja competitiva

Dentro de este proceso el fin es señalar cuales son las ventajas competitivas con las que cuenta como por ejemplo:



- Ventajas tecnológicas
- Orientación del negocio
- Descripción del producto o servicio
- Estatus del proyecto y su viabilidad
- Estrategias genéricas (reducción de costos, diferenciación)

De esta manera es así como se señalan algunos de los tantos criterios, dependiendo del negocio que se puede tener como parte de una ventaja competitiva.

Cuarto paso: Análisis estructural del sector

Dentro de este análisis se deben de tomar en cuenta los siguientes puntos:

- Las barreras de entradas a las que nos enfrentaremos
- El poder de negociación que se tendrá para con los proveedores.
- El riesgo que se corre con los productos sustituto que pueden presentarse posteriormente
- El poder de negociación que se deberá tener con los compradores, que tan bueno se puede ser para persuadir y atraer el mayor número de clientes para la empresa.
- Y finalmente determinar la rivalidad a la que se enfrentaran dentro del sector.

Quinto paso: Analizar el Mercado

Es analizar el mercado al que se quiere introducir, de tal manera que se debe de conocer la posibilidad real de participación de un producto o servicio en dicho mercado.

Para ello se debe de conocer:

- Todo el entorno de la empresa ya fuese de forma interna o externa de la empresa
- Los segmentos del mercado en el que se participa
- Identificar el mercado meta
- Su competitividad esperada de la organización
- Definir el tamaño del mercado.

Sexto paso: Elementos de la mercadotecnia



Dentro de este paso, que a decir verdad es uno de los más importantes y que de él depende en gran mayoría el éxito que pueda tener en el mercado el producto o servicio que se piensa presentar, se debe:

- Definir con claridad la estrategia a utilizar.
- Describir los atributos que van a conformar el producto o servicio.
- De la misma manera establecer el precio de dicho producto o servicio.
- Sobre todo se debe definir la imagen corporativa y determinar los canales de distribución que se va a utilizar.

Desde un comienzo del proyecto la organización o persona debe de tener una expectativa de la diferenciación y posicionamiento que se espera obtener en el futuro.

Séptimo paso: Organización y operaciones

Aquí se describe el personal que se es necesario para llevar a cabo el proyecto y se ilustra de la mejor manera en un organigrama funcional, así mismo se especifican los recursos necesarios para la implementación del proyecto como lo son:

- Las instalaciones
- La maquinaria, instrumentación, insumos y equipo adecuado
- Estructura de la organización
- El capital humano y financiero
- Descripción de las actividades a desarrollar de cada participante
- Establecimiento de las políticas dentro de la organización.

Octavo paso: Factores de riesgos

Para una empresa es importante analizar todos los factores de riesgos a los que se enfrenta por menores que parezcan pues de esta manera se pueden incluir medidas concretas para hacer frente a dichos riesgos.

Los factores típicos de riesgos a los que se puede enfrentar son:



- Económicos
- Regulatorios
- Financieros
- Tecnológicos

Estos ocho pasos son los más importantes a considerar dentro de un plan de negocio para que el proyecto no marche a la deriva sino, se encuentre sustentable de información verídica y confidencial

Para poder llevar a cabo un negocio lo más recomendable es realizar un plan en el cual incluya toda la información necesaria como se mencionó anteriormente, con el fin de saber qué dirección lleva nuestro proyecto, los riesgos que esto conlleva y qué estrategias debemos de seguir para la búsqueda de nuestros objetivos.

Es necesario aclarar que el hecho de contar con un plan de negocio no nos asegura el éxito de una empresa o negocio pero si nos hace el camino y la realización de ello más fácil y certero ya que teniendo un plan desarrollado esto nos permite anticiparnos y prevenirnos de ciertos sucesos y en el peor de los casos nos ayuda a amortiguar el impacto y que este sea lo más leve posible.

6.5 IMPORTANCIA DE LA CALIDAD EMPRENDIMIENTOS

La calidad total no solo se refiere al producto o servicio en sí, sino que es la mejoría permanente del aspecto organizacional, donde cada trabajador desde el gerente, hasta el funcionario del más bajo nivel jerárquico están comprometidos con su trabajo.

En cuanto a emprendimientos turísticos la calidad es fundamental ya que el servicio es directo a personas clientes que conocen un servicio antes de consumirlo, Además es fundamental relacionar la calidad con emprendimientos porque de ello depende el mantener una empresa a flote por esta razón a continuación presentamos la importancia de la calidad según Deming.

6.5.1 MEJORA DE LA CALIDAD



La relación directa productos – turista - consumidor genera condiciones adecuadas para implementar estrategias de calidad entre los prestadores de servicio, los que anteriormente estaban muy alejados en la cadena de distribución de los consumidores finales.

La visita a los emprendimientos permite que sus propietarios presten atención a las demandas de calidad que expresan los consumidores, encontrando motivaciones para ajustar su producción a protocolos de calidad.

6.5.2 ENFOQUE DE CALIDAD SEGÚN DEMING

Deming considera que el cliente es a quién están dirigidos los productos y es a quién se debe satisfacer, pero los empleados, aparte de prestar su conocimiento para elaborar los productos, deben ser considerados y tomados en cuenta, pues el alma de la organización son ellos, y por tanto, deben estar motivados para llevar a cabo su trabajo de calidad.

Una vez desarrollado un emprendimiento es importante tomar como ejemplo el conocido como Ciclo de mejora continua o Círculo de Deming, por ser Edwards Deming su autor. Esta metodología describe los cuatro pasos esenciales que se deben llevar a cabo de forma sistemática para lograr la mejora continua, entendiendo como tal el mejoramiento continuado de la calidad (disminución de fallos, aumento de la eficacia y eficiencia, solución de problemas, previsión y eliminación de riesgos potenciales...). El círculo de Deming lo componen **4 etapas cíclicas** (una vez acabada la etapa final se debe volver a la primera y repetir el ciclo de nuevo) de forma que las actividades son reevaluadas periódicamente para incorporar nuevas mejoras. La aplicación de esta metodología está enfocada principalmente para ser usada en empresas y organizaciones.

Figura Nº 10 CICLO DEM





- 1. Planificar (Plan):** Se buscan las actividades susceptibles de mejora y se establecen los objetivos a alcanzar. Para buscar posibles mejoras se pueden realizar grupos de trabajo, escuchar las opiniones de los trabajadores, buscar nuevas tecnologías mejores a las que se están usando ahora, etc.

- 2. Hacer (Do):** Se realizan los cambios para implantar la mejora propuesta. Generalmente conviene hacer una prueba piloto para probar el funcionamiento antes de realizar los cambios a gran escala.

- 3. Controlar o Verificar (Check):** Una vez implantada la mejora, se deja un periodo de prueba para verificar su correcto funcionamiento. Si la mejora no cumple las expectativas iniciales habrá que modificarla para ajustarla a los objetivos esperados.

- 4. Actuar (Act):** Por último, una vez finalizado el periodo de prueba se deben estudiar los resultados y compararlos con el funcionamiento de las actividades antes de haber sido implantada la mejora. Si los resultados son satisfactorios se implantará la mejora de forma definitiva. Si no lo son, habrá que decidir si realizar cambios para ajustar los resultados o si desecharla. Una vez terminado el paso 4, se debe volver al primer paso periódicamente para estudiar nuevas mejoras a implantar.



PARTE VII

7. AUTO EVALUACIÓN DEL EMPRENDEDOR

7.1 IMPORTANCIA DE LA AUTOEVALUACIÓN

La honradez, la objetividad y las agallas emocionales e intelectuales son condiciones importantes que debe reunir el creador de un emprendimiento exitoso. Los pequeños y medianos emprendimientos, como son la abrumadora mayoría a los que nos referimos, son familiares y como tales, cargan y trasladan al proyecto los puntos fuertes y los puntos débiles de la familia. En el análisis de los proyectos familiares, que en general nacen de la fuerte motivación de algún miembro de la familia es frecuente el autoengaño.

En el mundo de los negocios, esta actitud impide la percepción de problemas relacionados, tanto con la conducción del emprendimiento como con sus necesidades. Un diagnóstico riguroso y honrado de la salud de nuestro emprendimiento y de nuestro papel como titulares o dueños es uno de los factores de “fortuna o ruina” que habrán de determinar el éxito o fracaso del emprendimiento.

Conocer nuestros “puntos débiles”: Resulta clave ver objetivamente no sólo los puntos fuertes, sino también reconocer las limitaciones y deficiencias relativas respecto de personalidad y temperamento, de aptitudes, de antipatías, de experiencia y habilidad.

1. Engañarse uno mismo Todos tendemos a dirigir nuestra atención hacia aquello que nos es cómodo y agradable, y a desviarla de lo que nos hace sentirnos incómodos y nerviosos. Esto puede crearnos “ilusiones”, hacernos “olvidar” los hechos o, simplemente, negar su existencia, lo que suele ir acompañado de una distorsión de la realidad.
2. Limitaciones internas Los típicos creadores o fundadores de emprendimientos son intrépidos, optimistas, incluso misioneros. Tienden a centrarse en la oportunidad, no en el riesgo. Son más dados a la acción que a la reflexión o introspección.



3. Limitaciones funcionales Si utilizamos en provecho propio nuestros puntos fuertes y reconocemos y compensamos las carencias relativas, no debería existir ninguna barrera infranqueable hacia el éxito. Pero sucede que tendemos a hacer lo que conocemos, nos gusta y nos hace sentirnos bien Por ello, es probable que ejercitemos nuestros puntos fuertes en detrimento de otras necesidades vitales del emprendimiento.

7.2 LA CONVENIENCIA DE ASOCIARSE

Asociarse es necesario para crecer, consolidar y crecer con nuestro emprendimiento de Turismo Rural. Puede ser una buena manera de compensar nuestras limitaciones, siempre y cuando hagamos una adecuada selección del socio, para lo cual debemos tener en cuenta algunos aspectos importantes:

- Elegir el socio por su aporte al emprendimiento y no por la amistad.
- Verificar que existe coherencia de metas para el emprendimiento entre los socios.
- Equidad en el aporte y retribución de cada socio. • Definir claramente las responsabilidades y toma de decisiones entre los socios.

7.3 DIEZ CONDICIONES PARA EL ÉXITO

A continuación se enumeran diez condiciones para sobrevivir y tener éxito con el emprendimiento:

1. **Ser objetivo:** una evaluación honesta e imparcial de los puntos fuertes y débiles de nuestro emprendimiento y de nuestra propia capacidad como empresarios es imprescindible.
2. **Trabajar de forma sencilla y centrada:** lo sencillo es lo eficaz- especialmente en la pequeña empresa - debemos concretar los esfuerzos y recursos donde el impacto y las ganancias sean mayores.



3. **Proporcionar productos y servicios excelentes y características** que satisfagan las necesidades de grupos selectos de clientes.
4. **Establecer la forma de llegar hasta los clientes** y venderles nuestros productos y servicios. El planeamiento facilita esta tarea.
5. **Organizar, dirigir y motivar** a nuestros colaboradores para que hagan todo lo que el dueño no puede hacer por sí solo.
6. **Llevar los registros de contabilidad y los controles** necesarios para entender y dirigir la empresa.
7. **Tratar de no quedarse sin efectivo** necesario para temporada baja
8. **Evitar tropezar una y otra vez** con las piedras de todo crecimiento rápido al dirigir la expansión del negocio.
9. **Comprender el negocio en su totalidad**, ésta es la base para controlar el emprendimiento y aumentar las ganancias.
10. **¡Planificar!:** formular objetivos que supongan un diseño alcanzable y traducirlos a actividades productivas.

7.4 MISIÓN Y VISIÓN

Una empresa existe para lograr una finalidad. En este sentido, y como guía de la organización para alcanzar sus objetivos globales, resulta conveniente definir la misión y la visión de la empresa y luego los objetivos que apunten a su cumplimiento.



Misión

Consiste en la declaración conceptual del negocio. Señala el rumbo a seguir y debe establecer un lazo de compromiso con los consumidores porque apuntamos a satisfacer una necesidad. Para definir la misión, entonces debemos interrogarnos acerca de:

- Las necesidades que satisfaremos
- Los productos que ofrecemos
- La diferencia con la competencia

Expresa la razón de su existencia, la función que desempeña, de manera que sea útil y justifique sus ganancias.

La **misión** expresa en qué negocio estamos ubicados, dónde y cómo se esperan obtener ganancias, por medio de la oferta de un producto o la presentación de un servicio útil y deseable y debe poner el foco en las ventajas competitivas.

La Visión

Consiste en establecer **la visión del futuro de la empresa**, de la forma más precisa posible, intentando determinar los elementos que la ayudarán a controlar su propio destino. Implica un desafío que brinda un sentido direccional y muestra el sueño del creador de la empresa. No pasa de moda, no puede alterarse con el paso del tiempo.

7.5 LOS OBJETIVOS

Diversos modelos de construcción de Planes de Negocios establecen diversas formas de fijar objetivos. Es conveniente fijar objetivos de mediano y de corto plazo.

Por supuesto, la empresa debe fijar objetivos relacionados con la misión que se propone apuntando siempre a cumplir con la visión soñada.

El objetivo debe responder ¿Dónde queremos ir? En términos mercadotécnicos, un objetivo es algo que se quiere alcanzar en un determinado período. Un objetivo mercadotécnico puede tomar diferentes formas, por ejemplo: volumen físico de ventas,



volumen financiero de ventas, ganancias, porcentaje de participación de mercado, etc. Los objetivos son **medidas de éxito** del plan de negocios.

Esos objetivos deben ser evaluados permanentemente para que contribuyan al proceso de planeación. Esto permite reaccionar frente a las dificultades y tomar medidas preventivas ante los cambios de las condiciones en que el plan de mercado fue elaborado.

Los objetivos de mercado deben reunir las siguientes características:

- **Mensurabilidad:** necesitan ser medidos, cuantificados.
- **Identificación en el tiempo:** deben estar correlacionados con un plazo específico.
- **Definición clara:** para que no queden sujetos a interpretaciones.



BIBLIOGRAFÍA

Bigné, E. B., & Andreu. (2003). SERVQUAL: Reliability and Validity in Travel Agencies. *Annals of Tourism Research*. Vol 30, N° 1, pp. 258 – 262 (5).

Matos Avilez, J. (2008). *La actuación de las Agencias de viajes*. Cuba: BB.Z.

Mcintosh, R., Goeldner, C., & y Ritchie, J. (2001). *Administración y perspectivas*. (2ª ed.). Mexico: Editorial Limusa.

De Borja, L. Casanovas, J. y BOSCH, R. (2009). **El Consumidor Turístico**. Madrid: Editorial Esic.

Casa del Migrante de Chimborazo (MIRECH)

Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC)

GAD municipal del cantón Chunchi departamento de emprendimientos

Ley de Turismo

Código de Trabajo

Ministerio de Relaciones Exteriores y Movilidad Humana