

Del plan de viabilidad a Romelica Ventures Operadora de Turismo: Una experiencia emprendedora en turismo

From the feasibility plan to Romelica Ventures Tour Operator: An entrepreneurial experience in tourism

Samanta Armas

Universidad Central Del Ecuador

slarmas@uce.edu.ec

<https://orcid.org/0009-0003-1617-3432>

Quito – Ecuador

Augusta Carolina Rivas Tello

Universidad Central Del Ecuador

acrivas@uce.edu.ec

<https://orcid.org/0000-0003-2247-9246>

Quito - Ecuador

Formato de citación APA

Armas, S., Rivas, A. (2025). *Del plan de viabilidad a Romelica Ventures Operadora de Turismo: Una experiencia emprendedora en turismo. Revisión Sistemática*. Revista REG, Vol. 4 N°(2). p. 1425 – 1445.

PROYECTO CIENCIA

Vol. 4 (Nº. 2). Abril - junio 2025.

ISSN: 3073-1259

Fecha de recepción: 19-06-2025

Fecha de aceptación :29-06-2025

Fecha de publicación:30-06-2025



RESUMEN

El artículo analiza el proceso de implementación desde el plan de viabilidad hacia la consolidación de Romelica Ventures, una operadora de turismo enfocada en el desarrollo de experiencias culturales y naturales en las provincias de Pichincha e Imbabura del Ecuador. El estudio consta de varias etapas: planificación, diagnóstico de mercado, desarrollo de productos turísticos, gestión operativa y lanzamiento comercial. Se aplicó una metodología cualitativa-descriptiva con enfoque de estudio de caso, que permitió comprender el proceso desde una perspectiva integral. El plan de viabilidad se presenta como una herramienta útil para gestionar el negocio, permitiendo que el modelo se adapte de forma eficiente a los cambios del entorno y contribuya al desarrollo de la economía local a través de la generación de empleo y la articulación con actores comunitarios. Los resultados muestran que la planificación, el turismo experiencial y la innovación en servicios son necesarios para la puesta en marcha del emprendimiento. Además, se identificó que el vínculo con las comunidades locales y la construcción de una propuesta de valor son elementos diferenciadores en el posicionamiento de la operadora. Finalmente, el estudio evidencia la utilidad de los planes de viabilidad como instrumentos de gestión en nuevos emprendimientos turísticos rurales.

PALABRAS CLAVE: turismo, plan de viabilidad, emprendimiento, operadora de turismo, innovación, Romelica Ventures.

ABSTRACT

The article analyzes the implementation process from the feasibility plan to the consolidation of Romelica Ventures, a tour operator focused on the development of cultural and natural experiences in the provinces of Pichincha and Imbabura in Ecuador. The study consists of several stages: planning, market diagnosis, tourism product development, operational management and commercial launch. A qualitative-descriptive methodology with a case study approach was applied to understand the process from an integral perspective. The feasibility plan is presented as a useful tool for managing the business, allowing the model to adapt efficiently to changes in the environment and contribute to the development of the local economy through the generation of employment and the articulation with community actors. The results show that planning, experiential tourism and innovation in services are necessary for the implementation of the venture. In addition, it was identified that the link with local communities and the construction of a value proposition are differentiating elements in the positioning of the operator.

KEYWORDS: tourism, feasibility plan, entrepreneurship, tour operator, innovation, Romelica Ventures.



INTRODUCCIÓN

El crecimiento del sector turístico ha impulsado la creación de nuevas iniciativas empresariales, especialmente en destinos con potencial aún no consolidado (Almeida, Brito e Abreu & Boavida-Portugal, 2025). Los emprendimientos turísticos juegan un papel fundamental en la diversificación de la oferta y en la generación de empleo a nivel local (Sharma, Lim & Aggarwal, 2025, p. 127). En este contexto, los planes de viabilidad se convierten en herramientas estratégicas para la evaluación de ideas de negocio, permitiendo identificar fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas antes de la implementación (Terblanche et al., 2024, p. 138). El enfoque de estudio de caso es una metodología útil para analizar en profundidad experiencias particulares. A través de la revisión bibliográfica y la observación directa del funcionamiento de una iniciativa, permite comprender los procesos internos, analizar las acciones realizadas y decisiones tomadas, así como los aprendizajes adquiridos durante el desarrollo de emprendimientos (Ocaña-Fernández & Fuster-Guillén, 2021, p. e15614).

Bashir et al. (2025), manifiestan que la planificación y análisis del sector, la validación temprana de la propuesta de valor, la capacidad de adaptación al entorno y el uso de estrategias centradas en la autenticidad cultural y la atención personalizada al cliente son elementos fundamentales para el desarrollo exitoso de proyectos turísticos. Este estudio tiene como objetivo documentar el proceso de desarrollo de una iniciativa empresarial en el sector turístico, desde su formulación inicial como el plan de viabilidad hasta su consolidación como una operadora formal denominada Romelica Ventures. La investigación se centra en identificar las etapas que facilitaron la puesta en marcha de una propuesta teórica a una empresa en funcionamiento, así como las decisiones y acciones estratégicas que permitieron establecer una operación efectiva en el mercado (de Souza, Puglieri & de Francisco, 2024, p. 45).

Romelica Ventures es el resultado de un proceso académico y profesional orientado al diseño de experiencias turísticas que integran valor cultural, viabilidad económica y altos estándares de calidad en el servicio (Câmara, Pocinho, Agapito & Jesus, 2023, p. 3403). Este caso representa una oportunidad para comprender cómo un proyecto concebido en un entorno formativo puede transformarse en una iniciativa emprendedora, que influye de manera efectiva en la actividad turística.

Para Sidek et al., 2025, emprender en el sector turístico es factible a través de una planificación, compromiso y capacidad para adaptarse a los cambios. Con esfuerzo y visión una idea puede convertirse en un negocio que ofrece experiencias con sentido a los viajeros, contribuyendo al desarrollo de la comunidad local.



El emprendimiento en turismo se ha convertido en un motor clave para el desarrollo económico local, especialmente en territorios con potencial cultural y natural aún no consolidado. La Organización Mundial del Turismo (OMT, 2022) reconoce que los emprendimientos turísticos, cuando están bien planificados, contribuyen no solo a la diversificación de la oferta, sino también a la inclusión social y a la sostenibilidad ambiental. Esta perspectiva es respaldada por investigaciones recientes que destacan el papel del turismo como catalizador del desarrollo regional y la generación de empleo en comunidades rurales (Brouder, 2020; Hall & Williams, 2020).

En este sentido, el perfil del emprendedor turístico ha evolucionado hacia una figura innovadora, comprometida con la identidad del territorio y con la creación de valor para las comunidades receptoras (López & Bravo, 2022). Diversos estudios subrayan la importancia de la capacitación y el liderazgo en la gestión de emprendimientos turísticos, así como la necesidad de establecer redes colaborativas para potenciar el impacto social y económico de estas iniciativas (Novelli, Schmitz & Spencer, 2021; Morrison, 2019). Según Cano y Torres (2020), los emprendimientos turísticos exitosos surgen de la combinación entre creatividad, conocimiento del mercado y estrategias sostenibles, elementos que permiten la creación de productos diferenciados en un entorno competitivo. Esta visión se relaciona directamente con la necesidad de establecer planes de negocio y estudios de viabilidad previos al lanzamiento de iniciativas turísticas. Además, se enfatiza la relevancia de la innovación en la oferta de servicios y la adaptación a las tendencias globales, como el turismo experiencial y la digitalización (Richards, 2021; UNWTO, 2022).

El emprendimiento en turismo integra creatividad, enfoque empresarial y comprensión del entorno para desarrollar propuestas innovadoras de productos o servicios turísticos. Según Álvarez, Olarte y González (2022), el emprendedor turístico identifica oportunidades en el mercado, evalúa los recursos disponibles y toma decisiones que transforman ideas en negocios rentables. Además la resiliencia y la capacidad de adaptación son factores determinantes para la supervivencia y el crecimiento de los nuevos negocios turísticos (Brouder, 2020; Hall & Williams, 2020). El turismo es un campo atractivo para nuevos emprendedores debido a su diversidad de segmentos (cultural, de naturaleza, de aventura, entre otros) y a la creciente demanda de experiencias personalizadas (Marcos & Mejía, 2023). Es decir que el auge del turismo vivencial y la búsqueda de autenticidad por parte de los viajeros abren oportunidades para la diferenciación y la creación de valor en la actividad turística.

El plan de viabilidad es una herramienta clave que permite evaluar la factibilidad técnica, comercial, financiera y operativa de un proyecto. En el ámbito turístico, su aplicación permite reducir la incertidumbre, analizar riesgos y proyectar el crecimiento de manera estructurada. De acuerdo con



Gutiérrez y Rueda (2021), un plan de viabilidad diseñado integra un diagnóstico del entorno, análisis FODA, identificación de la propuesta de valor y proyecciones financieras realistas. Esto facilita la toma de decisiones y contribuye a la sostenibilidad del emprendimiento en el tiempo. Este documento técnico evalúa si una idea de negocio puede llevarse a cabo de manera exitosa, así como también analiza aspectos fundamentales: el mercado, la competencia, el modelo de negocio, los recursos disponibles, los costos, la financiación y la estructura organizacional (Rodríguez & Cano, 2021). Permite al emprendedor prever riesgos y oportunidades, tomar decisiones informadas y atraer posibles inversores.

En el caso de Romelica Ventures, a partir de un análisis estructurado del entorno y de las tendencias del sector turístico, se identifica una oportunidad de negocio en un segmento que demanda experiencias personalizadas y auténticas, alejadas del enfoque tradicional. Este proceso incluye la segmentación del público objetivo, la formulación de objetivos específicos y el diseño de una propuesta de valor diferenciada, basada en autenticidad y conexión emocional. Estos elementos sirven como base para el desarrollo del plan de viabilidad, la definición del modelo de negocio y la posterior estructuración del plan de negocio, que permite validar la idea a través de pruebas iniciales en el mercado. La validación de la idea de negocio se lleva a cabo a través de un estudio de mercado, prueba piloto y retroalimentación directa de los usuarios, lo que fortalece la toma de decisiones estratégicas (Salazar & Molina, 2023). En emprendimientos turísticos, esta validación inicial es importante debido a la fuerte dependencia de la demanda y a los cambios constantes en las preferencias del consumidor.

Según Morales et al. (2020), un plan de viabilidad estructurado aumenta significativamente la probabilidad de éxito de las nuevas empresas, ya que establece objetivos claros, identifica el público objetivo y define estrategias de posicionamiento.

Para Romelica Ventures el plan de viabilidad resulta una hoja de ruta para la puesta en marcha y consolidación de su modelo de negocio. El documento permite definir los pilares estratégicos de la operadora, así como también para establecer procedimientos claros en cuanto a la validación de sus servicios, la gestión de alianzas y la adaptación de su oferta a las tendencias del mercado turístico. La ruta temática “Ecos del Ande”, permite ajustar itinerarios y servicios en función de la retroalimentación real de los usuarios antes del lanzamiento oficial. Mediante esta estructura, Romelica Ventures identifica riesgos, optimizar recursos y responder con agilidad a los cambios en la demanda, consolidándose como una operadora innovadora que prioriza la personalización, la calidad y el impacto positivo en las comunidades anfitrionas.

El modelo de negocio describe cómo una empresa crea, entrega y captura valor. En el ámbito turístico, esto implica diseñar experiencias atractivas para los clientes, establecer alianzas estratégicas con actores del territorio y determinar canales adecuados de distribución y comunicación (Ochoa & Zambrano, 2021). Herramientas como el Business Model Canvas permiten visualizar los componentes clave del negocio y adaptar la propuesta de valor a las necesidades del mercado.

Romelica Ventures desarrolla su modelo a partir de una propuesta clara y coherente con su visión: ofrecer experiencias turísticas organizadas y distintivas dentro de su zona de operación. Para ello, incorpora rutas temáticas y vivencias personalizadas que se distinguen por integrar elementos de romance, bienestar, cultura y naturaleza. La innovación es un componente transversal en el desarrollo de nuevos negocios turísticos. Según Martínez y Pérez (2021), la creación de experiencias auténticas, la digitalización de procesos y la incorporación de prácticas sostenibles son estrategias que mejoran la competitividad de los emprendimientos en el sector. El turismo promueve el uso responsable de los recursos, fortaleciendo la identidad cultural y el sentido de pertenencia de las comunidades locales (OMT, 2023).

En este contexto, las operadoras turísticas deben desarrollar modelos de negocio flexibles y resilientes, que integren criterios ambientales, sociales y económicos desde su fase inicial. Tal como sostienen López y Bravo (2022), el turismo comunitario y responsable no es solo una tendencia, sino una necesidad para garantizar la permanencia y aceptación de los nuevos actores en destinos con alta sensibilidad ambiental y cultural. Romelica Ventures incluye en su oferta elementos innovadores como rutas temáticas personalizadas, narrativas culturales integradas y contacto directo con comunidades locales. Esta idea mejora la experiencia del turista y fortalece la posición de la operadora en el mercado, apoyando su crecimiento y consolidación mediante la adaptación constante a las tendencias y la generación de valor en sus servicios.

MÉTODOS MATERIALES

Se utilizó un enfoque cualitativo, para comprender el proceso de creación del emprendimiento Romelica Ventures, así como los factores internos y externos que incidieron en su consolidación como operadora turística. El enfoque cualitativo permite interpretar las dinámicas sociales, económicas y organizacionales desde la perspectiva de los actores involucrados (Hernández, Fernández & Baptista, 2021). Se aplicó el método de estudio de caso, analizando fenómenos contemporáneos dentro de su contexto real, especialmente cuando los límites entre el fenómeno y el contexto no están claramente definidos (Yin, 2018). El estudio de Romelica Ventures se consideró como un caso de emprendimiento turístico en las provincias de Pichincha e Imbabura.

La tabla 1 presenta la metodología de aprendizaje propuesta para el desarrollo del plan de viabilidad de un negocio. Consta de: fases del proceso formativo, las principales actividades, y los productos esperados como evidencia de aprendizaje. Esta metodología busca articular conocimientos teóricos con la aplicación práctica, promoviendo habilidades analíticas, creativas y colaborativas en un entorno educativo dinámico y participativo.

Tabla 1: Fases del plan de viabilidad

Fase	Actividades	Producto esperado
Diagnóstico y contextualización	- Introducción al concepto de viabilidad. - Análisis FODA idea de negocio y del entorno.	Mapa de ideas del negocio y oportunidades.
Diseño del modelo de negocio	- Canvas (Lienzo de modelo de negocio). - Definición del problema, cliente y propuesta de valor.	Lienzo Canvas del negocio.
Estudio de mercado	- Identificación de clientes potenciales. - Análisis de competencia.	Informe de estudio de mercado.
Análisis técnico y organizacional	- Determinación de recursos, procesos, ubicación y estructura legal. - Organigrama.	Plan técnico y organizativo.
Viabilidad económica y financiera	- Costos fijos y variables. - Punto de equilibrio. - Proyecciones financieras	Estado de resultados y análisis financiero.
Viabilidad legal	- Normativas aplicables. - Permisos necesarios	Informe legal
Prueba de servicios y presentación	- Preparación de pitch empresarial. - Propuesta de servicio ejecutada	Presentación final del plan de negocios Participación en la Feria de emprendimientos

(Dávila et al., 2015)

ANÁLISIS DE RESULTADOS

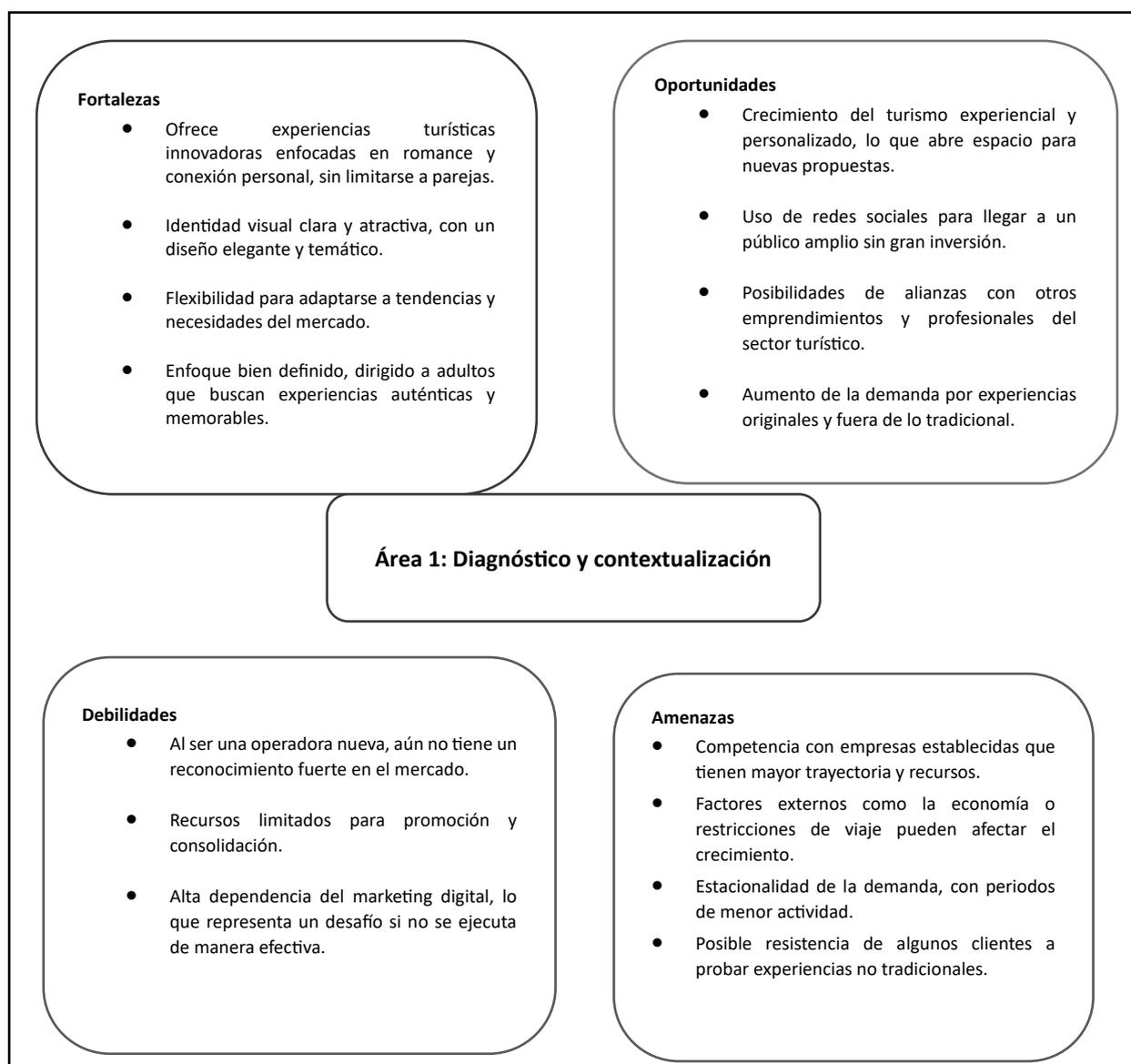
Los resultados obtenidos a partir del análisis del caso de Romelica Ventures evidencian las diferentes áreas que contribuyeron a su consolidación como una operadora turística:

Se identificaron siete áreas:

Área 1: Diagnóstico y contextualización

Para iniciar un emprendimiento, es necesario comprobar si la idea de negocio es viable en términos económicos, técnicos, comerciales y operativos.

Figura 1: Área 1 Diagnóstico y contextualización



Fuente: Cedeño et al. (2021)

En este tipo de investigación se tendrán en cuenta las estrategias de análisis o la orientación analítica que asuman los autores para presentar los resultados. Según el volumen de información que genera la investigación histórica, se debe seleccionar los conocimientos más relevantes, apoyado con fragmentos de narración o de las observaciones. Pueden incluirse matrices, tablas, esquemas, mapas de significados y otros para explicar las categorías y facilitar la lectura y comprensión de los resultados.

Después del título y el resumen, viene la sesión más corta del artículo, pero la más importante porque es aquí donde se comunican los nuevos conocimientos. Deberá redactarse en pretérito. Los resultados solamente se relatan, no se interpretan. Estos datos se expondrán en el texto con el complemento de las tablas y figuras, las cuales se podrán citar en el artículo, pero se enunciarán los resultados más relevantes. Deberá existir una secuencia lógica del texto, con las tablas y figuras. Las tablas y los gráficos son claves, de ser necesarios, o sea cuando estos objetivamente ilustren los resultados obtenidos (Cuando se requiera el apoyo de gráficos, fotos, cuadros o mapas, no debe excederse de dos).

Las figuras y tablas solo serán utilizadas cuando los investigadores las consideren imprescindibles. Su enumeración será la arábica. de acuerdo con su orden de aparición y se hará referencia a ellas en el texto más cercano a la misma. Las figuras y tablas deberán ser nítidas. Las fotografías y figuras precisarán ser originales, a color, en blanco y negro o tonos de gris, con una resolución mínima de 200 dpi (puntos por pulgada). Las leyendas han de ser claras y concisas, capaces de explicar su contenido, ubicadas en la parte superior, justificadas a la izquierda, tal y como se observa en la Figura 1, y de igual forma para la Tabla 1.

La operadora de turismo Romelica Ventures, centrada en el turismo vivencial que integra bienestar, cultura y naturaleza, identificó mediante un análisis una oportunidad en el mercado adulto que busca experiencias únicas y personalizadas. Se propuso el diseño de productos turísticos innovadores que responden a estas necesidades no satisfechas, logrando diferenciarse y adaptarse a las tendencias actuales. Por otro lado, el estudio permitió entender que el segmento objetivo valora la autenticidad, la conexión emocional y el bienestar. Por ello se integró estos elementos en el diseño de sus servicios, asegurando que cada experiencia ofrecida esté alineada con las expectativas y deseos de sus clientes. De este modo, no solo cubre una demanda específica, sino que también aporta un valor innovador y diferenciado dentro del sector turístico.

Área 2: Diseño del modelo de negocio

Romelica Ventures se basa en un público objetivo que son adultos interesados en turismo cultural y natural, tanto nacionales como internacionales, que prefieren experiencias alejadas del

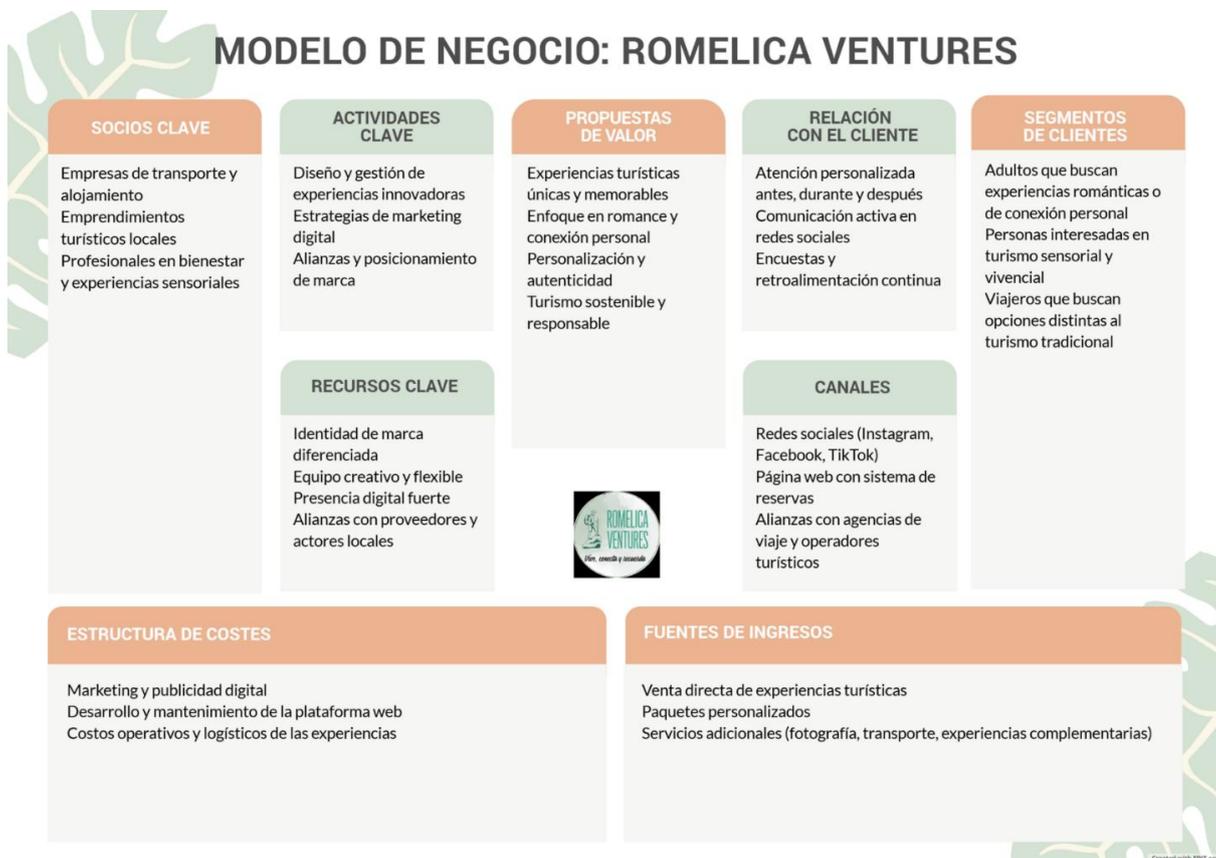


turismo masivo. La promoción y venta se realizan principalmente a través de una plataforma web, redes sociales, alianzas con agencias de viaje y la participación en ferias turísticas. La relación con los clientes se mantiene mediante atención personalizada antes, durante y después de los tours, con comunicación constante y programas de fidelización basados en experiencias previas. Sus ingresos provienen de la venta de paquetes turísticos, servicios complementarios como transporte y gastronomía, y colaboraciones con organizaciones locales. Entre sus recursos clave destacan el conocimiento profundo del territorio y la cultura local, un equipo capacitado en turismo y atención al cliente, y alianzas con comunidades y proveedores locales. Las actividades principales incluyen el diseño y actualización de rutas, la gestión y coordinación de tours, marketing digital y la mejora continua basada en la retroalimentación de los clientes. Los socios clave son las comunidades locales, proveedores de servicios turísticos y entidades públicas y privadas del sector. Finalmente, la estructura de costos va desde el desarrollo de plataformas digitales, la capacitación y remuneración del personal, costos operativos de los tours y gastos en marketing y promoción.

A partir de este enfoque, se adoptó un modelo de negocio que se fundamenta en la integración de componentes sociales y culturales dentro de la oferta turística, priorizando la participación de las comunidades locales. Esta orientación permite el diseño de experiencias significativas para los viajeros, al incorporar actividades que fomentan la interacción directa con la población anfitriona, como visitas a talleres artesanales, degustación de gastronomía tradicional y recorridos interpretativos. Así, se promueve un turismo relacional y vivencial que genera valor compartido y fortalece la identidad local como recurso diferenciador.

Esta visión integral fortalece su posicionamiento como una alternativa innovadora y responsable dentro del turismo vivencial en Ecuador. La operadora propone experiencias originales, diseñadas para generar una conexión entre los viajeros y la cultura, naturaleza y tradiciones de cada destino. Sus rutas temáticas, como “Elixir de los Sentidos” en Cotopaxi, “Ecos del Ande” en Otavalo y “Raíces Amazónicas” en la Amazonía, combinan talleres artesanales, actividades de bienestar, gastronomía típica y recorridos guiados por expertos locales, ofreciendo propuestas integrales y memorables.

Figura 2: Área 2 Diseño del modelo de negocio



Fuente: investigadoras

Área 3: Estudio de mercado

El estudio de mercado es una herramienta clave para conocer el entorno en el que se desarrollará un emprendimiento turístico. Los datos recopilados sobre la demanda potencial, la competencia y las tendencias del sector facilitaron la validación de la idea de negocio. Como resultado, la propuesta inicial fue ajustada para responder mejor a las necesidades del público objetivo, lo que permitió mejorar la oferta, los canales de promoción y la estrategia de precios. Este análisis ayudó a reducir los riesgos del proyecto y a reforzar su presencia en el mercado local.

El estudio de mercado realizado por Romelica Ventures permitió identificar con claridad las condiciones del entorno turístico en el que busca consolidarse la operadora, así como las características del público objetivo y los factores que inciden en su competitividad. El análisis se centró en comprender las oportunidades existentes, los desafíos operativos y estratégicos, y las alianzas clave que sustentan el modelo de negocio.

En relación con la demanda, se determinó que esta se concentra principalmente en adultos entre 25 y 60 años, interesados en vivencias auténticas, personalizadas y con un enfoque alternativo al turismo masivo. Este segmento valora especialmente el bienestar, la conexión emocional con la naturaleza, la participación en actividades culturales locales y la posibilidad de compartir experiencias con significado. Además, se evidenció una tendencia creciente hacia el turismo con experiencia vivencial, los recorridos sensoriales y las rutas temáticas que integran gastronomía, talleres y contacto directo con comunidades anfitrionas.

Por otro lado, el análisis del entorno competitivo reveló que, si bien existen empresas consolidadas en el sector, pocas han desarrollado propuestas centradas en el turismo vivencial con enfoque en la parte vivencial y la sostenibilidad. Romelica Ventures se caracteriza por ofrecer un servicio personalizado y por incluir elementos sociales y culturales en sus experiencias. Sin embargo, el diagnóstico identificó que es necesario fortalecer el reconocimiento de la marca e invertir en medios digitales para mejorar su presencia frente a competidores con mayor trayectoria.

El modelo operativo de Romelica Ventures se basa en una red colaborativa compuesta por proveedores locales, incluyendo guías especializados, talleres artesanales, emprendimientos gastronómicos y servicios de transporte. Estas alianzas permiten estructurar una oferta diversificada que contribuyen al desarrollo económico local. La selección de socios se realiza mediante criterios técnicos que valoran la calidad del servicio, la experiencia en el sector y la capacidad de adaptarse a las necesidades del cliente.

El análisis del entorno evidenció oportunidades clave para la empresa, como el crecimiento del turismo experiencial, el uso de redes sociales como medio de difusión y la preferencia del mercado por productos innovadores y diferenciados. También se identificaron retos importantes, entre ellos, posicionarse en un mercado competitivo, gestionar la estacionalidad de la demanda y mantener una estructura operativa flexible frente a cambios en los hábitos de consumo y en las condiciones del entorno.

Los resultados manifiestan que el modelo de Romelica Ventures es viable y presenta un alto potencial dentro del sector turístico. Para avanzar en su consolidación, será fundamental reforzar su presencia digital, fidelizar a sus clientes y mantener una capacidad de respuesta eficiente ante los cambios del mercado.

Área 4: Análisis técnico y organizacional

El análisis técnico y organizacional permitió evaluar la viabilidad operativa de Romelica Ventures, considerando los recursos tecnológicos disponibles como la estructura interna de la organización.

En el caso de Romelica Ventures, la operadora cuenta con una estructura organizativa definida, encabezada por la gerencia general, quien lidera la coordinación de las actividades clave y la gestión del equipo operativo. La empresa se encuentra legalmente constituida y cumple con los requisitos establecidos por la normativa ecuatoriana para agencias turísticas, con una documentación formal, acta constitutiva y RUC. En coherencia con su estructura formal, la operadora ha desarrollado procesos técnicos estandarizados para la planificación y ejecución de sus rutas temáticas. Esto permite garantizar la calidad del servicio y, al mismo tiempo, adaptar cada experiencia a las preferencias del cliente. Para ello, cuenta con un equipo especializado en turismo, guías locales capacitados y alianzas estratégicas con proveedores de transporte, alimentación y servicios complementarios, lo que refuerza su capacidad operativa.

Adicionalmente, Romelica Ventures ha incorporado herramientas digitales para optimizar su gestión. Estas soluciones tecnológicas facilitan la administración de reservas, la promoción de sus productos en redes sociales y la atención directa a los clientes en cada etapa del servicio. Gracias a ello, la empresa logra una comunicación fluida y una atención personalizada, elementos clave para la satisfacción y fidelización del usuario. Por otra parte, la sostenibilidad constituye un eje transversal en el funcionamiento de la operadora. La selección de proveedores se realiza considerando criterios de responsabilidad ambiental y compromiso social. Las rutas están diseñadas para reducir el impacto ecológico, al tiempo que potencian el desarrollo de las comunidades anfitrionas mediante la inclusión de talleres artesanales, experiencias gastronómicas y actividades enfocadas en el bienestar.

En conjunto, la integración eficiente de recursos humanos, herramientas tecnológicas y alianzas locales consolida la operatividad de Romelica Ventures. Este enfoque estructurado y responsable respalda su propuesta de valor diferenciada, posicionándola como una operadora innovadora dentro del sector turístico ecuatoriano.

Área 5: Viabilidad económica y financiera

Se evaluó la viabilidad económica y financiera del proyecto considerando costos, ingresos y rentabilidad. Mediante proyecciones, estimaciones de inversión y análisis de retorno, se identificaron los factores clave que afectan su estabilidad. Los resultados respaldan decisiones estratégicas y una gestión eficiente de los recursos.

El análisis financiero de Romelica Ventures respalda la viabilidad económica del proyecto mediante indicadores clave que permiten medir su rentabilidad y capacidad de recuperación de la inversión. Estos resultados se basan en las proyecciones formuladas en el plan de negocios y se presentan en detalle en la Tabla 2.

Tabla 2: Viabilidad económica y financiera

Inversión	120.000
Taza de retorno	29%
Punto de equilibrio	\$8.000 mensuales
Periodo de recuperación	2 años

Fuente: resultados investigación

Dentro de estas proyecciones, la inversión inicial contempla los recursos necesarios para la fase de puesta en marcha, abarcando la adecuación de infraestructura, el desarrollo de acciones de promoción y la cobertura de los primeros costos operativos. Esta planificación financiera inicial es importante para asegurar un inicio ordenado y establecer las bases económicas que respalden el crecimiento progresivo de la operadora.

La Tasa Interna de Retorno (TIR) fue calculada en función de los flujos de ingresos y egresos proyectados durante el periodo de evaluación del plan de negocios. Este indicador expresa la rentabilidad esperada del proyecto y actúa como un criterio clave para valorar su viabilidad frente a otras opciones de inversión. El análisis del punto de equilibrio determinó que la empresa deberá alcanzar un nivel mínimo de ventas mensuales de \$8.000 para cubrir sus costos fijos y variables. A partir de este resultado, se espera que el negocio comience a generar utilidades netas, lo que marca un hito relevante en la estabilidad operativa. Asimismo, el periodo de recuperación de la inversión se estimó en dos años, considerando el comportamiento proyectado del flujo de caja. Este plazo sugiere que Romelica Ventures puede recuperar su capital inicial en un tiempo razonable, reduciendo el nivel de riesgo financiero asociado al proyecto.

Área 6: Viabilidad legal

Romelica Ventures considera los requisitos legales necesarios para operar como agencia turística en Ecuador. El cumplimiento del marco normativo vigente se basa en la obtención de documentos como el acta constitutiva y el Registro Único de Contribuyentes (RUC). Estos requisitos permiten a la empresa funcionar formalmente bajo la regulación de entidades competentes, como el Ministerio de Turismo y la Superintendencia de Compañías.

La operadora tiene un funcionamiento interno alineado con la legislación laboral y tributaria, lo que incluye la contratación legal de personal, el cumplimiento de obligaciones fiscales y la afiliación a la seguridad social. Este cumplimiento normativo garantiza transparencia en las operaciones y acceso a beneficios dentro del ámbito comercial.

Área 7: Prueba de servicios y presentación

El desarrollo y consolidación de la propuesta de Romelica Ventures se basa en la formalización de convenios con comunidades rurales, guías locales y otros actores clave del sector turístico. Estas alianzas fortalecen la autenticidad de las experiencias ofrecidas y promueven el desarrollo económico y social de las comunidades anfitrionas, enriqueciendo así la propuesta de valor y asegurando beneficios tanto para los visitantes como para las poblaciones involucradas.

Previo al lanzamiento oficial, se ejecutó una fase piloto en la que los primeros participantes recorrieron la ruta “Ecos del Ande” y participaron en todas las actividades programadas. Esta etapa permitió evaluar aspectos logísticos, la interacción con los guías y la calidad del servicio ofrecido.

Con la retroalimentación obtenida, se realizaron ajustes específicos en los itinerarios, optimizando tiempos de traslado, secuencia y duración de las actividades. Además, se revisaron y mejoraron los servicios complementarios, como atención al cliente, oferta gastronómica y opciones de transporte, para responder adecuadamente a las expectativas y necesidades del público objetivo.

La información recopilada facilitó la definición de una estructura de precios competitiva, así como el diseño de promociones y descuentos para incentivar la demanda inicial. También se ajustaron las políticas de cancelación y garantías de satisfacción, con el fin de generar mayor confianza y seguridad en los futuros clientes.

Este proceso de prueba y ajuste permitió perfeccionar la propuesta final, elevando su calidad, personalización y valor agregado, y garantizando que cada experiencia cumpla con estándares elevados y logre un alto nivel de satisfacción entre los usuarios.

DISCUSIÓN

Los hallazgos de este estudio confirman la importancia de una planificación estructurada para el desarrollo de emprendimientos turísticos. El plan de viabilidad funcionó no solo como una herramienta de previsión financiera, sino también como una guía estratégica que orientó la toma de decisiones clave en cada etapa del proceso emprendedor. Este resultado coincide con lo planteado por Camacho et al. (2021), quienes afirman que los planes de viabilidad permiten reducir la incertidumbre y mejorar la capacidad de adaptación de los nuevos negocios frente a contextos dinámicos.

La experiencia de Romelica Ventures demuestra que la inclusión activa de las comunidades locales en el diseño y desarrollo de los productos turísticos genera un valor diferenciador significativo. Esta participación permite ofrecer experiencias más auténticas, fortalecer la identidad cultural y favorecer una distribución más equitativa de los beneficios generados por la actividad turística, tal como señalan Torres-Delgado y Palomeque (2019). La innovación constante en la creación de productos, el uso de tecnologías digitales y la capacidad para adaptarse a situaciones adversas, como la pandemia de COVID-19, muestran que la resiliencia empresarial es un atributo esencial en el sector turístico. Esto se relaciona con los planteamientos de Dredge et al. (2020), quienes destacan que los modelos de negocio turísticos deben ser dinámicos, participativos y sensibles al cambio, especialmente en escenarios de crisis o transformación estructural.

Otro aspecto relevante es el impacto positivo en la economía local. La generación de empleo directo e indirecto, la articulación con proveedores de servicios comunitarios y el fortalecimiento del sentido de pertenencia en las comunidades participantes, son logros que reflejan la capacidad del turismo para actuar como motor de desarrollo territorial. En este sentido, Romelica Ventures ejemplifica un modelo replicable de emprendimiento inclusivo y sostenible en contextos rurales.

CONCLUSIONES

En este artículo se establece los fundamentos conceptuales y metodológicos que sustentan el estudio, destacando la importancia del plan de viabilidad como herramienta para el desarrollo y gestión de emprendimientos turísticos, evidenciando modelos y enfoques relevantes que apoyan la formulación, implementación y evaluación de proyectos turísticos innovadores y adaptados a contextos locales. Mediante este instrumento, es posible identificar los recursos necesarios, anticipar riesgos, establecer objetivos claros y tomar decisiones fundamentadas. Además, el plan sirve como guía para planificar el crecimiento del negocio de forma ordenada, contribuyendo a su consolidación y desarrollo sostenible en el mediano y largo plazo.

La adaptabilidad del modelo de negocio es una de las principales fortalezas de Romelica Ventures. La propuesta de la operadora turística se basa en la capacidad para responder a los cambios del entorno, como nuevas tendencias del turismo, situaciones imprevistas o necesidades cambiantes de los clientes. Adapta los productos y servicios turísticos manteniendo su identidad, la cual se centra en valorar la cultura local y en conservar un enfoque sostenible. La propuesta de valor combina experiencias auténticas, respeto por el ambiente y las comunidades, lo cual fortalece su posicionamiento en un mercado.

La puesta en marcha del plan de viabilidad permite minimizar riesgos y respaldar decisiones fundamentadas en el desarrollo de nuevos emprendimientos turísticos. Además, destaca la importancia de involucrar a actores locales en la creación de experiencias genuinas y la capacidad de ajustarse a las dinámicas del mercado como factores clave para mantener la operación y alcanzar el éxito empresarial.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Almeida, D. S. de, Brito e Abreu, F., & Boavida-Portugal, I. (2025). Digital twins in tourism: A systematic literature review. arXiv preprint. <https://arxiv.org/abs/2401.15202>
- Bashir, et al. (2025). Business Model Innovation: impact of entrepreneurial competencies to new value proposition. *Business Systems Research*, 16(1).
- Brouder, P. (2020). Evolutionary Economic Geography and Tourism in the Global South. *Annals of Tourism Research*, 81, 102883.
- Câmara, E., Pocinho, M., Agapito, D., & Jesus, S. N. de. (2023). Meaningful experiences in tourism: A systematic review of psychological constructs. *European Journal of Tourism Research*, 34, Article 3403. <https://doi.org/10.54055/ejtr.v34i.2964>
- Cano, M., & Torres, D. (2020). Modelos de negocios turísticos sostenibles: innovación y emprendimiento local. *Revista Iberoamericana de Turismo*, 10(2), 34–49. <https://doi.org/10.2436/rit.v10i2.4567>
- Castro, J., & Herrera, M. (2023). Tendencias del turismo vivencial en América Latina. *Revista Latinoamericana de Turismo*, 15(2), 45-60.
- Cedeño, J., Sumba, A., & Parrales, A. (2021). Diagnóstico FODA como elemento de planeación estratégica de negocios de producción de cacao CCN51 en El Triunfo, Guayas, Ecuador. *Revista Científica Agroecosistemas*, 9(2), 38–47. <https://doi.org/10.37135/agroecosistemas.001.09.02.04>
- Condori Coarite, C. E., & Gómez García, M. A. (2023). Community-based tourism initiatives that contribute to the SDGs in Bolivia.
- Dávila, A., Arcos, R., & Guillén, M. (2015). Diseño de una metodología para la evaluación de planes de negocios: Un enfoque aplicado a instituciones de educación superior. *Revista Universidad y Empresa*, 17(29), 161–187. <https://doi.org/10.12804/rev.univ.empresa.29.2015.07>
- de Souza, A. M., Puglieri, F., & de Francisco, A. C. (2024). Competitive Advantages of Sustainable Startups: Systematic literature review and future research directions. *Research in Sustainable Entrepreneurship*, 1(1), 30–60.
- Chávez, D., & Montoya, P. (2022). Emprendimientos turísticos en zonas rurales del Ecuador: Retos y oportunidades. *Revista Científica de Estudios Turísticos*, 10(1), 22-35.
- Fernández Bedoya, V. H., Ruiz Palacios, M. A., Meneses La Riva, M. E., & Suyo Vega, J. A. (2025). Tourism Entrepreneurship in Latin America: A Systematic Review of Challenges, Strategies, and Post COVID 19 Perspectives. *Sustainability*, 17(3), 989



- González, R., & Salazar, L. (2023). Emprendimiento turístico postpandemia: análisis de nuevas oportunidades de negocio. *Turismo y Sociedad*, 34(1), 101-118
- Gutiérrez, J., & Rueda, C. (2021). El plan de negocio como instrumento de gestión para emprendedores turísticos. *Revista Turydes*, 14(32), 1–15. <https://doi.org/10.14201/turydes202132>
- Hall, C.M., & Williams, A.M. (2020). *Tourism and Innovation*. Routledge.
- Heras Tigre, A., et al. (2024). Sustainable entrepreneurship in Latin America. *Emerald Insight*.
- Linares, F., & Ortega, S. (2023). Apoyo institucional y emprendimiento turístico: evaluación de programas de fomento en Ecuador. *Cuadernos de Economía y Empresa*, 18(2), 66-79.
- López, M. (2021). Plan de viabilidad empresarial: herramienta para la toma de decisiones. *Revista de Administración y Emprendimiento*, 7(3), 87-99.
- López-Guzmán, T., et al. (2021). Turismo experiencial y desarrollo local. *Revista de Turismo y Desarrollo*, 12(3), 45-60.
- López, F., & Bravo, R. (2022). Turismo comunitario y desarrollo local: retos y oportunidades en el Ecuador postpandemia. *Estudios y Perspectivas en Turismo*, 31(4), 88–105.
- Martínez, P., & Pérez, A. (2021). Emprendimiento turístico y resiliencia empresarial en contextos rurales. *Turismo y Sociedad*, 29(2), 56–74. <https://doi.org/10.18601/01207555.n29.04>
- Martínez, A., & Delgado, V. (2021). Modelos de negocio turístico: análisis desde la práctica académica. *Revista Innovación y Empresa*, 12(1), 33-50.
- Mora, T., & Villacrés, E. (2020). Planificación de proyectos turísticos en Ecuador: una mirada técnica. *Revista Andina de Estudios Empresariales*, 8(2), 56-71.
- Novelli, M., Schmitz, B., & Spencer, T. (2021). Networks, clusters and innovation in tourism: A UK experience. *Tourism Management*, 32(1), 1-10.
- Ocaña-Fernández, Y., & Fuster-Guillén, D. (2021). La revisión bibliográfica como metodología de investigación. *Revista Tempos e Espaços em Educação*, 14(33), e15614. <http://dx.doi.org/10.20952/revtee.v14i33.15614>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The Experience Economy*. Harvard Business Review Press.
- Richards, G. (2021). *Tourism, Creativity and Development*. Routledge.
- Romero, J., & Cueva, K. (2023). Planificación y viabilidad en emprendimientos turísticos emergentes. *Perspectivas Empresariales*, 14(1), 14-28.
- Salazar, V., & Molina, T. (2023). Innovación en productos turísticos: casos de éxito en América Latina. *Cuadernos de Turismo*, (52), 149–166. <https://doi.org/10.6018/turismo.52234>



- Sidek, R. S. M., Samsudin, A. Z., Rozali, E. A., & Md Sham, F. (2025). Feasibility Studies Across Disciplines: A systematic review of methodologies, applications, and strategic insights. *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, IX(III), 209–212. <https://doi.org/10.47772/IJRISS.2025.90300015>
- Sharma, I., Lim, W. M., & Aggarwal, A. (2025). Creative tourism: Reviewing the past and charting the future. *Benchmarking: An International Journal*, 32(11), 109–149. <https://doi.org/10.1108/BIJ-10-2022-0629>
- Terblanche, R., Terblanche, S., & Root, D. (2024). Consolidating the roles of financial feasibility studies: Property developers vs quantity surveyors. *Organization, Technology and Management in Construction: an International Journal*, 16(1), 136–149. <https://doi.org/10.2478/otmcj-2024-0011>
- Viteri, S., & Almeida, J. (2024). Educación práctica en turismo: fortaleciendo capacidades emprendedoras. *Educación y Turismo*, 6(1), 20-38
- Zambrano, L., & Torres, H. (2022). De la teoría a la práctica: experiencias emprendedoras en turismo universitario. *Revista Formación y Emprendimiento*, 11(4), 70-85.
- UNWTO (2022). *Tourism Innovation and Digital Transformation*.

CONFLICTO DE INTERÉS:

Los autores declaran que no existen conflicto de interés posibles

FINANCIAMIENTO

No existió asistencia de financiamiento de parte de pares externos al presente artículo.

NOTA:

El artículo no es producto de una publicación anterior.

