



**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO
DE GUAYAQUIL**

Facultad De Especialidades Empresariales

Carrera De Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas
y Hoteleras

Proyecto de Titulación Previo a la Obtención del Título de
Ingeniero/a en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA
OPERADORA TURÍSTICA ORIENTADA A LA OFERTA DE PAQUETES
TURÍSTICOS DE AVENTURA EN EL CANTÓN BUCAY**

PRESENTADO POR:

Lisette Stefanie Hernández Almeida

DIRECTOR DE TESIS:

Ing. Vanessa Ponce Solórzano, Mgs

Guayaquil, Diciembre del 2012

AGRADECIMIENTO

A:

Dios por estar siempre a mi lado, por sus bendiciones recibidas, por ser mi guía a través de su luz y darme la fuerza necesaria para llegar a cumplir esta meta.

Mis estimados profesores que con paciencia compartieron sus conocimientos y enseñanzas, por su invaluable ayuda día a día a lo largo de toda mi carrera formándome correctamente.

A todas aquellas personas que de una u otra manera han colaborado en la realización de mi proyecto transmitiéndome sus conocimientos y fuerzas estando pendientes de mi desempeño, hago mi más sincero y extensivo agradecimiento.

Lisette

DEDICATORIA

A:

Mis padres William y Elena que con su amor, paciencia, sacrificio y apoyo incondicional brindado a lo largo de mi vida me han inculcado siempre cumplir mis objetivos con entrega, esfuerzo, amor y dedicación.

Mis hermanas y tía por permanecer junto a mí dándome la alegría e inspiración para seguir adelante.

Mi familia y amigos que han estado juntos a mí en cada etapa de mi vida siendo un soporte especial dándome el valor de cumplir mis metas.

Lisette



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el estudiante HERNANDEZ ALMEIDA LISSETTE STEFANIE como requerimiento parcial para la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**.


Guayaquil, diciembre del año 2012

DIRECTOR DE TESIS



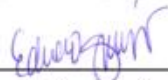
Ing. Vanessa Ponce Solórzano, Mgs

REVISOR DE CONTENIDO:




Ing. Giovanni Alcócer Cordero, Mgs

REVISOR METODOLÓGICO:



Ing. Eduardo Guzmán Barquet, MBA

DIRECTORA DE LA CARRERA



Ing. María Belén Salazar Raymond, MBA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Lisette Stefanie Hernández Almeida

DECLARO QUE:

El proyecto de grado denominado " Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Operadora Turística orientada a la oferta de paquetes turísticos de aventura en el Cantón Bucay ", ha sido desarrollado con base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del proyecto de grado en mención.

Guayaquil, diciembre del año 2012

LA AUTORA

Lisette Stefanie Hernández Almeida



AUTORIZACIÓN

Lisette Stefanie Hernández Almeida

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación, en la biblioteca de la institución del proyecto de titulación: "Estudio de Factibilidad para la Implementación de una Operadora Turística orientada a la oferta de paquetes turísticos de aventura en el Cantón Bucay", cuyo contenido, ideas y criterios son de nuestra exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, diciembre del año 2012

LA AUTORA


Lisette Stefanie Hernández Almeida

ÍNDICE DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	14
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	16
JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO	18
OBJETIVO GENERAL	19
OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	19
CAPÍTULO I	20
1.1 MARCO TEÓRICO	20
1.2 MARCO CONCEPTUAL.....	26
1.3 MARCO LEGAL	29
1.3.1 Trámite para la creación de una agencia de viajes nacional u operadora de turismo receptivo	29
CAPÍTULO II	37
INVESTIGACIÓN DE MERCADO	37
2.1 Justificación.....	37
2.2 Segmentación de mercado.....	38
2.2.1 Macro segmentación	38
2.2.2 Micro segmentación.....	39
2.3 Grupo objetivo.....	39
2.4 Posicionamiento	40
2.4.1 Logo	40
2.4.2 Slogan	41
2.5 Diseño de la Investigación	41
2.6 Técnica de recogida de datos.....	41
2.6.1 Encuesta	41
2.6.2 Entrevista	42
2.7 Población	42
2.8 Muestra.....	43
2.9 Muestreo.....	44
2.10 Análisis de los resultados	44
2.11 Conclusiones	51
2.12 ANÁLISIS PEST	52

2.12.1 Económico	52
2.12.2 Político	55
2.12.3 Socio – Cultural	57
2.12.4 Tecnológico	59
2.13 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS PORTER	60
2.13.1 Amenaza de los nuevos aspirantes.....	60
2.13.2 Poder de negociación de los proveedores	62
2.13.3 Rivalidad entre los competidores existentes	63
2.13.4 Poder de negociación de los compradores	64
2.13.5 Amenaza de productos o servicios sustitutos	64
2.14 ESTRATEGIA DE MARKETING	65
2.14.1 Marketing Mix.....	65
2.14.1.1 Producto	65
2.14.1.2 Precio	75
2.14.1.3 Plaza.....	77
2.14.1.3.1 Zona de influencia del proyecto.....	78
2.14.1.3.2 Canales de distribución.....	78
2.14.1.4 Promoción.....	78
CAPÍTULO III	81
ESTUDIO TÉCNICO	81
3.1 Proceso del servicio.....	81
3.1.1 Proceso de entrega de servicio	81
3.1.1.1 Servicio al cliente.....	81
3.1.1.2 Venta de paquetes	82
3.1.1.3 Ejecución de las actividades	82
3.2 Tamaño del proyecto	82
3.3 Localización	83
3.4 Ubicación.....	83
3.5 Costos de alquiler de oficina	84
3.6 Inversiones en Equipamiento	85
3.6.1 Requerimientos de Equipos y herramientas deportivos.....	85
3.6.2 Vehículo.....	86
3.6.3 Requerimientos de muebles y enseres	86

3.6.4 Requerimientos de equipos de oficina y computación	86
CAPÍTULO IV	88
ESTUDIO ORGANIZACIONAL.....	88
4.1 Tipo de empresa	88
4.2 Misión.....	89
4.3 Visión	89
4.4 Metas	89
4.5 Valores.....	89
4.6 Objetivo general de la operadora.....	90
4.6.1 Objetivos específicos.....	90
4.7 Organigrama	91
Gráfico No. 12 Organigrama de la Operadora	91
4.7.1 Distribución de funciones y responsabilidades	91
4.8 ANALISIS FODA	100
4.8.1 Fortalezas	100
4.8.2 Oportunidades	101
4.8.3 Debilidades	101
4.8.4 Amenazas	102
CAPÍTULO V	103
ESTUDIO FINANCIERO	103
5.1 Inversión Inicial.....	103
5.2 Estructura de Financiamiento	104
5.3 Depreciaciones	104
5.4 Amortizaciones.....	105
5.5 Balance de Situación Inicial	105
5.6 Proyección de Ingresos.....	106
5.7 Remuneraciones	109
5.8 Costos de Producción	110
5.9 Gastos	110
5.10 Estado de Resultados	112
5.11 Flujo de caja	113
5.12 Evaluación Financiera	115
5.12.1 Tasa de Descuento	115

5.12.2 VAN (Valor Actual Neto).....	115
5.12.3 TIR (Tasa Interna de Retorno).....	116
5.12.4 Relación Costo - Beneficio	116
5.12.5 Periodo de Recuperación	116
5.13 Balance General	117
5.14 Punto de equilibrio	118
5.15 Análisis de rentabilidad del proyecto	118
Tabla No. 27 Rentabilidad del Proyecto	118
5.16 Análisis de Sensibilidad	119
5.17 Análisis de Impactos	120
5.17.1 Impacto Ambiental	120
5.17.2 Impacto Socio – económico.....	121
5.17.3 Impacto Turístico.....	121
CONCLUSIONES	122
RECOMENDACIONES	123

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico No. 1 Género	45
Gráfico No. 2 Edades de las personas encuestadas	45
Gráfico No. 3 Motivos de Viaje.....	46
Gráfico No. 4 Destinos turísticos identificados para deportes de aventura.....	47
Gráfico No. 5 Idea de conocer nuevos destinos turísticos.....	47
Gráfico No. 6 Porcentaje de visitas al Cantón Bucay	48
Gráfico No. 7 Conocimiento de clientes sobre operadoras con paquetes turísticos a Bucay	49
Gráfico No. 8 Factores considerados al momento de escoger un destino	49
Gráfico No. 9 Clientes dispuestos a adquirir paquetes turísticos a Bucay	50
Gráfico No. 10 Precio por paquete turístico	51
Gráfico No. 11 Cinco Fuerzas Porter	60
Gráfico No. 12 Organigrama de la Operadora	91

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla No. 1 Población de Guayaquil.....	43
Tabla No. 2 Precio de Paquete	76
Tabla No. 3 Costos de Alquiler de Oficinas	84
Tabla No. 4 Requerimientos de Equipos y Herramientas Deportivas.....	85
Tabla No. 5 Requerimiento de Vehículo.....	86
Tabla No. 6 Requerimientos de Muebles de Oficina.....	86
Tabla No. 7 Requerimientos de Equipos de Oficina	87
Tabla No. 8 Requerimientos de Equipos de Computación.....	87
Tabla No. 9 Inversión Inicial.....	103
Tabla No. 10 Estructura de Financiamiento	104
Tabla No. 11 Amortización de Préstamo	104
Tabla No. 12 Depreciación Mensual y Anual	105
Tabla No. 13 Amortización Mensual y Anual	105
Tabla No. 14 Balance de Situación Inicial.....	106
Tabla No. 15 Proyección de Ventas por Mes	107
Tabla No. 16 Precio promedio por paquete y por persona	107
Tabla No. 17 Proyección Mensual de Ingresos.....	107
Tabla No.18 Proyección Anual de Precios y Cantidades	108
Tabla No. 19 Proyección Anual de Ingresos	108
Tabla No. 20 Sueldos y Beneficios Sociales	109
Tabla No. 21 Proyección Anual de Costo de Producción.....	110
Tabla No. 22 Proyección Anual de Gastos Generales.....	111
Tabla No. 23 Proyección de Estado de Resultado Anual	112
Tabla No. 24 Proyección del Flujo de Caja Anual	114
Tabla No. 25 Evaluación Financiera	115
Tabla No. 26 Balance General.....	117
Tabla No. 27 Rentabilidad del Proyecto	118
Tabla No. 28 Análisis de Sensibilidad	119

RESUMEN

General Antonio Elizalde más conocido como Bucay es uno de los cantones con mayores recursos naturales de la Provincia del Guayas con atractivos naturales ideales para la práctica de turismo de aventura. Sin embargo, las actividades que demanda este tipo de turismo no se ofertan ni operan de la forma adecuada, y existe la falta de promoción turística de esta localidad.

Este proyecto se enfoca a presentar el **“Estudio de factibilidad para la implementación de una operadora turística orientada a la oferta de paquetes turísticos de aventura en el Cantón Bucay”**, el cual tiene como objetivo determinar la viabilidad del mismo, motivo por el cual, se lo ha dividido en capítulos para explicar el proceso de implementación del mismo.

Se inició con la exploración de Bucay para determinar los principales atractivos turísticos, fortalezas, ventajas y falencias de esta localidad. Posteriormente se llevó a cabo un estudio de mercado que permite conocer las necesidades, gustos, preferencias de los futuros clientes, y el mercado objetivo, para lo cual se ha empleado el método descriptivo que detallará atributos y cualidades de la población.

Dentro del estudio técnico y organizacional – administrativo se especifica el recurso humano y equipo necesario para ejecutar el proyecto. Se requiere de una inversión inicial de US \$ 95.550.36, el cual será financiado a cinco años plazo por medio de la CFN en donde el período de recuperación es de un año obteniendo utilidades.

El VAN del proyecto es de US \$ 277.965, 14 y la TIR se encuentra en 94%; es decir, esta propuesta es viable y rentable.

Finalmente, se realiza un análisis de impactos para conocer la incidencia que genera la ingeniería del proyecto en el lugar donde se llevará a cabo las operaciones turísticas.

PALABRAS CLAVES:

Turismo de Aventura, operadora turística, paquetes turísticos, deportes de aventura

ABSTRACT

General Antonio Elizalde most known as Bucay is one of the most townships with natural resources of Guayas Province with natural attractive which are proper for tourism practice and adventure. However, these kind of touristic activities don't promoted or work in the right way.

This project focus on presents a **“Study of feasibilities for the implementation a tour operator, oriented to the adventure tour packages in Bucay townships”**, which aims to determine the feasibilities of it, for this reason the project has been divided per chapter in order to explain the process of it.

If began with the Bucay exploration to determine the main touristic attractions strengths, advantages and disadvantages on this location. Subsequently conducted a market study which allows understanding the needs, tastes, preferences of prospective customers, so that I've used the descriptive method which details the attributes and qualities of the population.

In the technical, organizational and administrative study it details the human resources and necessary equipment to implement the project. It require an initial investment of \$ 95.550,36 which will be funded for five year though by the CFN where the recovery period is one year, getting earnings.

The VAN of Project is \$ 277.965,14 and the TIR is 94%, that is, this proposal is viable and profitable.

Finally, It carry out an impact analysis, which is the incidence that the engineering project generates in the places where you carry out the project.

Keywords:

Adventure Travel, tour operator, tour packages, adventure sports

INTRODUCCIÓN

El turismo es uno de los principales rubros de la economía mundial, que se ha incrementado en los últimos años. Esto se debe principalmente al interés por temas ambientales y culturales, aumento del tiempo libre de la población, y las nuevas tecnologías, comunicación y transporte.

En la actualidad se ha pasado de un turismo masivo a un turismo más selectivo con destinos caracterizados por sus recursos naturales y culturales.

Esto ha permitido que países en desarrollo que poseen gran variedad de recursos naturales en flora y fauna, así como una riqueza cultural lleguen a ser nuevos destinos turísticos, lo que ha generado la creación de operadoras turísticas enfocadas a promover la naturaleza y actividades de aventura.

Ecuador es un país que cuenta con la mayor diversidad biológica por hectárea a nivel de toda Sudamérica, es uno de los 17 países con mayor biodiversidad del planeta en flora y fauna y posee una variada gama de culturas, es privilegiado al conservar ambientes naturales en los cuales se pueden realizar diversos deportes propios del turismo de la naturaleza y aventura.

Dentro de la Provincia del Guayas, particularmente en el Cantón Bucay, se encuentran atractivos naturales ideales para realizar turismo de aventura y deportes extremos como rappeling, kayaking, trekking, tubing, ciclismo de montaña, entre otros. A más de estos recursos, esta localidad goza de un clima templado favorable para los turistas y además se encuentra en rutas próximas a provincias interandinas como Chimborazo y Bolívar, constituyendo grandes ventajas para su promoción turística.

Hoy en día, existe la tendencia de realizar este tipo de deportes, que permiten a los turistas experimentar, descubrir o desarrollar habilidades propias de un espíritu aventurero en convivencia con la naturaleza.

En nuestro país, el turismo de aventura y sus actividades se las desarrolla mayor parte en destinos de la sierra, tales como Quito, Baños de Agua Santa, Mindo; los cuales son visitados en su mayoría por turistas aventureros,

quienes desconocen que en el litoral existe el cantón Bucay, destino ideal para la práctica del turismo de aventura.

De tal manera, se hace necesario emprender iniciativas donde se aprovechen los recursos naturales y el potencial turístico del lugar sin alterar el medio.

Por consiguiente, este proyecto de investigación presenta un estudio de factibilidad para la implementación de una operadora turística orientada al turismo de aventura en el cantón Bucay, misma que promoverá la diversidad de atractivos que posee el cantón, los cuales son óptimos para el turismo de aventura, y de esta manera incrementar la afluencia de turistas nacionales y extranjeros a esta localidad.

El estudio hace referencia de los atractivos naturales donde se desarrollan deportes extremos y actividades recreativas, los cuales se detallan dentro de los tours, excursiones y paquetes turísticos que ofertará la operadora en mención, mismos que brindarán a los turistas un servicio completo, seguro y responsable logrando generar en ellos una experiencia agradable y divertida al aire libre, y en un lugar cercano a Guayaquil.

De tal manera, es necesario realizar una adecuada investigación sobre las necesidades que tienen los turistas potenciales y la variedad de servicios especializados en turismo de aventura, para lograr un óptimo desarrollo del proyecto.

Y luego de analizar el servicio a ofrecer, se evalúa la factibilidad de inversión y las formas de financiamiento para hacer realidad este proyecto.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Ecuador se encuentra en el quinto lugar entre los diez destinos turísticos de aventura más relevantes del mundo.¹ Uno de estos destinos es el cantón Bucay cuyo nombre oficial es General Antonio Elizalde, el cual es uno de los cantones con mayor variedad de recursos naturales de la Provincia del Guayas. Posee una extensión de 163.35 Km² y una población de 10.642 habitantes.

Está ubicado a 99 km. de Guayaquil, con una temperatura promedio de 24°C se asienta sobre un ramal de la Cordillera Occidental al pie del Río Chimbo cuyas aguas cristalinas crean un paisaje enigmático, quedando en medio de las provincias de Los Ríos, Bolívar, Chimborazo y Cañar².

Este cantón es considerado “Un paraíso de aventura” para la práctica del deporte de aventura y lugar ideal para los amantes de la naturaleza. El turismo de aventura es la mejor alternativa para turistas que prefieren actividades al aire libre y que no solo opten por explorar y armonizar con la naturaleza, sino que busquen vacaciones inusuales, nuevas aventuras y un ambiente de riesgo y adrenalina que serán parte de su viaje. Por lo tanto Bucay es un lugar donde los turistas pasan de ser espectadores a protagonistas de una actividad que fusiona el deporte con el paisaje. (Grande, & Ruiz, 2006)

Sin embargo, este potencial turístico no cuenta con una promoción adecuada puesto que existe una descoordinación entre los entes gubernamentales y los empresarios turísticos del sector privado. De acuerdo con la información proporcionada por los servidores turísticos y del Jefe de Turismo del cantón Bucay, se ha llegado a la conclusión que no existen operadoras turísticas orientadas al turismo de aventura dentro del cantón ni operadoras guayaquileñas que promuevan el turismo de aventura en Bucay, así como también, servidores turísticos del cantón que no ofertan programas que satisfagan en su totalidad los gustos de los turistas; realizando actividades de

¹ www.andes.info.ec/deportes/2400.html

² Plan Maestro Turístico del Cantón Bucay

forma empírica y sin la aplicación de las respectivas normas de calidad y seguridad, ofertando un deficiente servicio.³ **Ver Anexo 1**

Como consecuencia de lo antes mencionado se ha concluido en base a recopilación de información (bibliografías revisadas, y conversaciones) que otro factor trascendental e importante para desarrollar el proyecto es que existen turistas que les gusta realizar turismo de aventura y/o actividades recreativas como deportes extremos, pero desconocen destinos con rutas y atractivos naturales ideales para este tipo de turismo o realizan deportes extremos solo en ciudades de la sierra desconociendo los atractivos turísticos que posee el cantón Bucay.

También se pretende acabar con la opinión errada de ciertos visitantes respecto al turismo de aventura, por considerarlo altamente peligroso para practicarlo como actividad turística y que solamente los deportistas profesionales o de alto nivel de rendimiento los pueden practicar.

Por tales motivos, surge la necesidad de implementar una operadora turística en la que se involucre a los servidores turísticos del cantón Bucay, y en la que se emprenda políticas del turismo responsable y consciente. Para ello, se deberá iniciar con charlas de inducción sobre las buenas prácticas del turismo en Bucay, brindar circuitos organizados de visita, incorporar nuevos deportes de aventura; cumpliendo de esta forma con las expectativas de los visitantes, logrando además educarlos sobre la importancia de preservar el entorno que visitan.

Por lo tanto, la operadora en mención además cumplirá con los principios del desarrollo del turismo sostenible, puesto que promoverá la conservación de la naturaleza y servirá como medio de educación ecológica al turista; así como también, una significativa participación económica local. (Wunder, 1996)

La operadora turística busca ofertar paquetes turísticos de aventura en el cantón Bucay siguiendo una operación sustentable, beneficiando la economía local en el cantón mediante el desarrollo participativo y que logre mejorar la calidad de vida de la comunidad local, sin alterar su entorno natural.

³ Municipio del Cantón Bucay Conversación con el Jefe de Turismo del Cantón Sr. Jorge Montalvo

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

El cantón Bucay se considera un destino turístico ideal para la práctica de deportes de aventura. Sin embargo, existe un gran número de personas que desconocen de este potencial turístico.

El presente proyecto es una excelente alternativa para desarrollar el turismo en esta zona del país y consolidar a Bucay como un lugar ideal para el turismo de aventura.

Con el incremento del número de turistas se contribuirá al desarrollo económico del cantón y a la calidad de vida de la población local.

La idea de implementar la operadora surge de la necesidad de ofrecerles a los turistas una alternativa de practicar deportes extremos y/o actividades de aventura y recreativas donde exploren y disfruten de la naturaleza.

Actualmente existen seis establecimientos entre complejos y sitios turísticos que constan en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial del Cantón, pero no existe una operadora turística enfocada principalmente al turismo de aventura en esta localidad.

La operadora promoverá un turismo sostenible, que no altere al medio ambiente y a las manifestaciones culturales contribuyendo a generar ingresos y empleo para la población local con el fin de disfrutar de los recursos naturales y satisfacer las necesidades de los turistas pero siempre preservando el entorno natural para las futuras generaciones.

Para la operadora es primordial la seguridad de los turistas, por lo cual empleará personal capacitado como demanda la ley de turismo, equipos de calidad para las actividades turísticas, seguro de viaje y contratará proveedores de servicios turísticos calificados por el Ministerio de Turismo del Ecuador.

OBJETIVO GENERAL

- Determinar la factibilidad para la implementación de una operadora turística orientada a ofertar paquetes turísticos de aventura con el propósito de potenciar el desarrollo turístico del cantón Bucay

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Realizar un estudio de mercado con la finalidad de conocer la oferta y la demanda turística del cantón Bucay.
2. Determinar los aspectos técnicos, organizacional y administrativos de la operadora turística
3. Elaborar un estudio financiero que permita determinar la rentabilidad del presente proyecto.

CAPÍTULO I

1.1 MARCO TEÓRICO

Para el desarrollo del presente proyecto se han empleado teorías y conceptos que se detallan a continuación:

El turismo a lo largo del tiempo se ha caracterizado por ser una actividad social y económica que encierra una gran variedad de sectores económicos y disciplinas académicas; por lo que es uno de los sectores más importantes y dinámicos a nivel mundial.

Existen algunas definiciones y teorías acerca del turismo. Sin embargo, este proyecto se ha basado en la definición actualizada de la OMT (Organización Mundial de Turismo) que recoge las recomendaciones adoptadas por la comisión en 1993 y publicadas en 1994 que establece:

El turismo comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su entorno habitual, por un período consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos. (OMT, 1994)⁴

Esta definición es muy amplia y toma en consideración características elementales que se alinean a la investigación del proyecto. Señala que el turismo son los viajes que realizan las personas a lugares diferentes a los que residen en un tiempo menor de un año y mayor a un día donde realizan actividades con fines de recreación, negocios u otros motivos.

El sistema turístico comprende un conjunto de elementos interrelacionados entre sí, que evolucionan dinámicamente y en el cual se establecen cuatro elementos básicos:

⁴ Recomendaciones sobre estadísticas en Turismo 2008

La demanda: Es el conjunto de consumidores o posibles consumidores de bienes o servicios turísticos.

La oferta: Es el conjunto de productos, bienes o servicios y organizaciones involucrados activamente en la actividad turística

El espacio geográfico: Es el espacio físico donde se interrelaciona la oferta y la demanda, y además donde se sitúa la población residente que si bien no es un elemento turístico se considera un factor importante de cohesión en el momento de planificar la actividad turística.

Los operadores del mercado: Son los organismos, instituciones o empresas encargadas de facilitar la interrelación entre la oferta y demanda. Entran en este grupo las agencias de viajes, compañías de transporte turístico, instituciones públicas o privadas que mediante su labor profesional son autores de la ordenación o promoción turística. (Milio, 2004)

Por consiguiente, unos de los operadores del mercado vinculado directamente al presente proyecto, son las agencias de viajes, empresas que prestan servicio facilitando y promoviendo la realización de viajes. Estas surgen a mediados del siglo XIX, ante la expansión de nuevos medios de transporte, tales como: la navegación a vapor y el ferrocarril diseñados para facilitar el transporte de los viajeros.

Las agencias de viajes se encargan de ser intermediarias, organizar planes e itinerarios, elaborar y vender productos turísticos entre los consumidores con la alianza de determinados proveedores de viajes, como: transporte (aéreo, marítimo, terrestre), hoteles, alimentación y excursiones.

Las actividades propias de las agencias de viajes que podrán ser desarrolladas dentro y fuera del país, son las siguientes:

- La mediación en la reserva de plazas y venta de boletos en toda clase de medios de transporte locales o internacionales;
- La reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas en el país y en el exterior;
- La organización, promoción y venta de los denominados paquetes turísticos, entendiéndose como tales el conjunto de servicios turísticos

(manutención, transporte, alojamiento, entre otros) ajustado o proyectado a solicitud del cliente, a un precio preestablecido, para ser operados dentro y fuera del territorio nacional;

- La prestación e intermediación de servicios de transporte turístico aéreo, terrestre, marítimo y fluvial a los viajeros dentro y fuera del territorio nacional;
- El alquiler y flete de aviones, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos;
- La actuación como representante de otras agencias de viajes y turismo nacionales o extranjeras, en otros domicilios diferentes al de la sede principal de la representada, para la venta de productos turísticos;
- La tramitación y asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios;
- La entrega de información turística y difusión de material de propaganda;
- La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística;
- El alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica de turismo deportivo y especializado;
- La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos y convenciones; y,
- La intermediación en el despacho de carga y equipaje por cualquier medio de transporte.⁵

Por lo antes expuesto, es importante resaltar que el presente proyecto se vincula específicamente a la operadora de turismo receptivo, es decir la agencia de viajes que planifica y oferta tours, excursiones y paquetes turísticos a nivel nacional cuyo principal objetivo será el de ofertar paquetes turísticos orientados al turismo de aventura en el Cantón Bucay.

Es relevante recalcar que todos los servicios prestados por las agencias operadoras, de acuerdo a las atribuciones de su clasificación, pueden ser ofertados y vendidos, directamente, tanto nacional como internacionalmente.

Las actividades de las operadoras turísticas se desarrollarán dentro del siguiente marco:

⁵ Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto No 3400 § Capítulo II

- Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional;
- Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes.
- Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;
- Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;
- Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;
- Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,
- Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados anteriormente.⁶

Por lo tanto, la presente investigación busca determinar la factibilidad para implementar una operadora turística orientada al turismo de aventura; para lo cual, se ha seleccionado como destino ideal al Cantón General Antonio Elizalde más conocido como Bucay, por ser uno de los cantones con mayor variedad de recursos naturales de la Provincia del Guayas.

El cantón General Antonio Elizalde (Bucay) se encuentra localizado al sureste de la provincia del Guayas, a 99 km. de Guayaquil, con una extensión de 163.35 Km² y una población de 10.642 habitantes. Este cantón no cuenta con parroquias rurales y sus límites son: Al norte el cantón Chillanes de la Provincia de Bolívar, cantón Babahoyo de la Provincia de Los Ríos, y el cantón Simón Bolívar de la Provincia del Guayas; al sur con el cantón Cumandá de la Provincia del Chimborazo y el Río Chimbo; al este con el cantón Chillanes de la Provincia de Bolívar, y al oeste con el cantón Naranjito de la Provincia del Guayas.

⁶ Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto No 3400 § Capítulo II

Bucay tiene la estación seca de junio a diciembre, y la estación lluviosa de diciembre a mayo, cuya temperatura es de 18 y 24°C.

La posición geográfica en que se encuentra ubicado el cantón permite gozar de una excelente variedad de platos y bebidas típicas de la costa y sierra ecuatoriana destacándose la fritada, el hornado, filetes de tilapia, cecina de cerdo, llapingachos, caldo de gallina criolla y caldo de salchicha y bebidas típicas como los cócteles hechos con aguardiente y frutas típicas de la localidad; jugos de frutas de naranja, piña, mango, guayaba, mandarina, grosellas, fruta de pan, caña de azúcar, ensalada de frutas y jugo a base de leche como colita de mono, beso de amor y de menta.

La actividad económica de Bucay está basada en la agricultura, la ganadería, avicultura, cañicultura, el comercio, la mano de obra y otras actividades menores.

Bucay se inicia como recinto llamado El CARMEN, por decreto ejecutado por Don Plácido Caamaño. Posteriormente, el 19 de Agosto de 1.907, el Presidente Eloy Alfaro denomina esta parroquia como General Antonio Elizalde, en atención al Gobernador de la Provincia del Guayas de aquella época.

El plenario de las comisiones del Congreso Nacional en segunda sesión del 9 de Noviembre de 1.994 aprueba que la Parroquia General Antonio Elizalde sea elevada a cantón, el mismo que se oficializó en la publicación del Registro Oficial el 24 de Enero de 1.995.⁷ (Montalvo, 2012)

Existen algunas teorías sobre el origen del nombre de Bucay, como se conoce popularmente a este cantón. Una de ellas, relata que a principios del siglo XX llegaron a trabajar en la construcción del ferrocarril Durán- Quito, jóvenes negros jamaicanos, entre ellos llegó Jeremy Bucay, de mediana estatura, extraordinariamente sincero, alegre y generoso. Pronto se ganó la estima de todos los que le conocían e incluso jugaban a los dados con él. Buckay o simplemente Bucay como lo llamaba la ciudadanía formó hogar con una humilde mujer blanca del lugar, y al poco tiempo adquiere fama y prestigio, a tal punto que la gente empezó a llamar al pueblo con su nombre.

⁷Montalvo, J. (2012). Asamblea Cantonal de Límites. *Más Obras para Bucay, Boletín #18*

Bucay surgió como uno de los caseríos que se formaron durante la construcción del ferrocarril del Ecuador, a inicios del siglo pasado, y sus primeros habitantes fueron jamaicanos que trabajaron en el trazado de la línea férrea. Luego llegó gente de Huigra, Alausí y Riobamba; y por el desarrollo de la actividad agrícola, también de Salitre, Daule y Vernaza.

Otra fuente indica que la palabra Bucay proviene de dos vocablos quechuas: BOC que significa garza y CAY que significa río, debido a que el lugar era conocido como el Río de las Garzas, por todos los ríos que lo surcan y las garzas que aún habitan en el lugar.

En base a la información contenida en los inventarios turísticos realizados por el Ministerio de Turismo, Gobierno Autónomo Descentralizado Provincial del Guayas y el Municipio de Bucay; se determinó los siguientes atractivos turísticos tanto naturales como culturales ideales para el desarrollo del turismo de aventura en Bucay, tales como: Bosque de la Esperanza, Cascadas Piedra Blanca, Río Chimbo, Río San Antonio, Río Limón, Balneario de Agua Clara, Estación y Taller del Ferrocarril, Malecón del Río Chimbo. Estos destinos pueden ser ofertados a través de los tours, excursiones y paquetes turísticos por la operadora de turismo especializada que se plantea en este proyecto.

Por otro lado, el tiempo libre y el ocio han pasado por algunos cambios y consideraciones a lo largo de la historia humana, puesto que en el siglo XX el descanso y ocio eran considerados como un privilegio para la clase social alta dominante en ese entonces, pero posteriormente la clase social media o también llamada trabajadora luchó por su derecho al descanso; motivo por el cual, institucionalizan las vacaciones pagadas como un derecho inamovible del trabajador.

A raíz de esto y con el paso del tiempo se han ido delineando las diferentes maneras de emplear el tiempo libre; surgiendo entre las diferentes opciones los deportes extremos y actividades de aventura que buscan mantener al hombre en contacto con el medio natural, al mismo tiempo que experimentan sensaciones diferentes de adrenalina, vértigo y riesgo, aventura y diversión.

Hoy en día la popularidad de los deportes extremos, así como el turismo de aventura ha crecido rápidamente debido a que las motivaciones de los turistas

por visitar destinos y realizar actividades tradicionales, han sido reemplazadas por destinos exóticos que le garanticen adrenalina y diversión.

El desarrollo de la ciencia y tecnología ha sido trascendental para la creación de nuevos deportes extremos, así como la renovación de instrumentos y técnicas de los accesorios y equipos de seguridad de ciertos deportes.

El Ecuador es considerado un país mega diverso y destino ideal para la práctica de deportes extremos y exploración de la naturaleza, así como del turismo de aventura y ecoturismo, por las condiciones geográficas y recursos naturales que posee.

Por esta razón, es visitado principalmente por turistas que buscan experimentar emociones totalmente diferentes y realizar prácticas deportivas extremas fuera de lo común, tales como: el trekking, kayaking, bicicleta de montaña, rappeling, tubing, rafting, snorkeling, buceo, parapente, entre otras. Y en lo que respecta al cantón Bucay, que es el destino objetivo en este proyecto, este ofrece al turista nacional y extranjero destinos turísticos ideales para la práctica de estos deportes de aventura, así como de la exploración de la naturaleza.

1.2 MARCO CONCEPTUAL

A continuación se detallan conceptos de diversos términos empleados en el presente proyecto:

Agencias de Viajes.- Son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la superintendencia de compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros.⁸

Operadoras de Turismo Receptivo.- Son agencias de viajes operadoras las que elaboran, organizan, operan. Y venden, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes, toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país.

⁸ Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto No 3400 § Capítulo II (2002)

Turismo de Aventura.- El turismo de aventura implica actividades deportivas, recreativas, de exploración etc. que realiza el turista dejando de ser espectador para pasar a ser protagonista, es en donde se fusiona el deporte y el paisaje de la naturaleza.⁹ Está relacionado con el deporte de riesgo y las exploraciones en la naturaleza donde la gente busca tener adrenalina a un costo de porcentaje de riesgo.

Deportes de Aventura.- El deporte de aventura es una nueva forma deportiva de realizar actividades donde su mayor motivación será llegar a la meta donde implican habilidades motoras, cualidades físicas, mentales, psicológicas y resistencia en general.

Entre los deportes de aventura tenemos:

- Ciclismo de Montaña
- Rappeling
- Tubbing
- Trekking / Senderismo
- Canotaje / Kayak

Ciclismo de Montaña.- Es una actividad recreativa y deportiva que recorre largas distancias donde se combina la actividad física y el turismo, se lo realiza por placer y no por competencia

Rappeling.- Es un deporte donde se emplea un sistema de descenso en superficies verticales. Se utiliza en lugares donde el descenso es complicado. Es el sistema de descenso más utilizado ya que para su ejecución solo se requiere conocer la técnica adecuada.

Tubbing.- Es un deporte de aventura que permite a los turistas disfrutar de emociones y adrenalina en el agua. Consiste en atravesar un río en boyas dejándose llevar por la corriente del agua por varios kilómetros.

Trekking / Senderismo.- Es un actividad no competitiva que se realiza en senderos y caminos especificados por organismos de cada país. Se busca acercar a los turistas con el entorno natural y al conocimiento de la zona y su cultura.

⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_de_aventura

Canotaje o Kayaking.- Es un deporte acuático que se lo realiza en una embarcación ligera por lo general de fibra de vidrio o plástica donde la embarcación es dirigida por una, dos o cuatro personas.

Ecoturismo: La Sociedad Internacional de Ecoturismo (TIES) define ecoturismo como "Un viaje responsable a áreas naturales que conservan el ambiente y mejoran el bienestar de la población local". Es una nueva tendencia del Turismo Alternativo diferente al Turismo tradicional. Es un enfoque para las actividades turísticas en el cual se privilegia la sustentabilidad, la preservación, la apreciación del medio (tanto natural como cultural) que acoge y sensibiliza a los turistas.

Turismo Sostenible: Es una forma de turismo que sigue los principios de la sostenibilidad que consiste en tener un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que se contribuye a generar ingresos y empleo para la población local.

La Organización Mundial del Turismo (OMT), con base en la definición de desarrollo sostenible establecido por el Informe Brundtland, afirma que:

El desarrollo del turismo sostenible responde a las necesidades de los turistas y de las regiones anfitrionas presentes, a la vez que protege y mejora las oportunidades del futuro. Está enfocado hacia la gestión de todos los recursos de manera que satisfaga todas las necesidades económicas, sociales y estéticas, y a la vez que respeten la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica y los sistemas de soporte de la vida (Brundtland, 1987).

Paquetes Turísticos.- Es la combinación previa de ciertos servicios como alojamiento, alimentación, transporte y guianza turística, así como de otros productos ofrecidos a un precio global. El paquete turístico puede ser programado por iniciativa de la agencia u operadora o también por petición del cliente.

Tour.- Proviene de dos vocablos francés *tornus* y *tornare* que significa torno y regresar respectivamente que quiere decir en el primer caso girar sobre sí mismo y en el segundo caso se refiere volver al mismo lugar donde se partió,

por lo que en español la palabra tour es sinónimo de viaje que confirma la idea de viaje circular.

Guianza Turística.- Es la actividad que se vincula a la persona cuyo trabajo es enseñar y mostrar los atractivos turísticos de un sitio a los visitantes mediante un recorrido y es a través de la guianza donde los turistas recopilan la información sobre dichos atractivos.

Excursión.- Es una visita que se realiza en un lugar determinado ya sea en una ciudad, espacio natural, museo etc. con motivos recreativos, de estudio u otro tipo. La palabra excursión proviene del latín *excursio*, que es utilizado como sinónimo de paseo, travesía o recorrido.

1.3 MARCO LEGAL

En el marco legal se realizará el estudio de los diferentes reglamentos, normas y leyes en que se ve comprometido el proyecto. Esto implicará las licencias, registros, patentes municipales, impuestos, tasas, permisos necesarios para la implementación de la operadora turística.

1.3.1 Trámite para la creación de una agencia de viajes nacional u operadora de turismo receptivo

Para establecer una operadora de turismo, se debe obligatoriamente constituir una empresa sujeta al control de la Superintendencia de Compañías para lo cual se deberá cumplir con los siguientes trámites y requisitos:

1.- Para la Constitución de la Compañía

Reserva del nombre en la Superintendencia de Compañías. (Mínimo 10 opciones). La reserva del nombre tendrá validez por el plazo de **treinta días**, contados desde la fecha de reserva.

Este nombre puede ser posteriormente registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, lo cual otorga propiedad sobre el mismo. (Superintendencia de Compañías). En el caso de agencias de viajes se debe solicitar en el IEPI un certificado de búsqueda del nombre comercial, el mismo que será entregado en el Ministerio de Turismo.

Posteriormente se abre una cuenta de integración de la compañía, conforme a los capitales mínimos establecidos para cada tipo de empresa en la Ley de Compañías: Limitada \$ 400, oo dólares; Sociedad Anónima \$ 800, oo dólares. En el caso de agencias de viaje se aplican los mismos valores; pero se debe tomar en cuenta los valores del activo real fijados por el Ministerio de Turismo, los mismos que no serán exigibles en las ciudades que tengan menos de cincuenta mil habitantes.

Minuta de constitución de compañía (firmada por un abogado); se debe adjuntar el estatuto de la compañía, el cuadro de integración del capital. En el caso de agencias de viaje, como documentos habilitantes se debe adjuntar el certificado provisional de afiliación a la CAPTUR. Luego se eleva a escritura pública.

Carta de solicitud de aprobación dirigida al Superintendente de Compañías, suscrita por un abogado, en la que se pida la aprobación del contrato constitutivo y su registro, y se deben adjuntar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía. La Superintendencia de Compañías revisa la documentación en 3 días, y emite su resolución si no encuentra objeciones. En el caso de haberlas, emite un oficio de observaciones, las cuales deberán ser corregidas en la escritura pública o documentos que señale el oficio. Con la resolución se debe:

- ✓ Solicitar a la Superintendencia el extracto de la compañía para ser publicado en el diario de mayor circulación del lugar donde se va a domiciliar la misma;
- ✓ Realizar la afiliación a la Cámara correspondiente dependiendo del objeto social y obtener el certificado de afiliación definitiva;
- ✓ Registrar los nombramientos de Presidente y Gerente General o Representante Legal en el Registro Mercantil;
- ✓ Obtener la patente municipal.

2.- Requisitos y formalidades para el registro de la operadora turística en el ministerio de turismo

1. Copia certificada de la escritura de constitución, aumento de capital o reforma de estatutos.
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en la oficina del registro mercantil.
3. Copia del R.U.C. (Registro Único de Contribuyentes)
4. Copia de la cédula de identidad.
5. Copia de la papeleta de votación
6. Copia del Contrato de compra-venta del establecimiento, en caso de cambio de propietario, con la autorización de utilizar el nombre comercial.
7. Certificado de búsqueda de nombre comercial, emitido por el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI).
8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.
9. Lista de Precios de los servicios ofertados (original y copia)
10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.
11. Nómina del personal,
12. Hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viaje deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes,
13. Justificación del activo real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, con la presentación del inventario valorado de activos fijos tangibles y conformes con lo que se indica a continuación:

Para las agencias de viajes operadoras: el equivalente a (\$ 8.000,00) ocho mil dólares de los Estados Unidos de América en activos fijos Tangibles (equipamiento de oficina). Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar en activos fijos el equivalente (\$ 1.500,00) un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América, por cada sucursal a partir de la segunda

Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes, deberán contar con un área mínima de treinta metros cuadrados e independiente de otra actividad económica.

El pago por registro se lo realiza una sola vez durante el ejercicio de la actividad económica.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

Sanción: El no registro se sanciona con \$ 100,00 y la clausura del establecimiento.

3.- Afiliación Cámaras de Turismo

La afiliación a la respectiva Cámara Provincial de Turismo correspondiente exige pagar cuotas mensuales.

Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicados a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción. Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el registro mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

Reglamento a la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación

Art. 4.- Para efectos de la organización de las Cámaras Provinciales y de su afiliación a ellas, se considerarán como asociados a todas las personas, naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, propietarias de empresas y establecimientos dedicados a actividades turísticas, domiciliadas en el Ecuador, que realicen servicios relacionados con la actividad turística, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del turismo su profesión habitual.

Art. 5.- Las personas determinadas en el artículo anterior, estarán en la obligación de afiliarse a la Cámara de Turismo respectiva, y al así hacerlo, no tendrán la obligación de afiliarse a ninguna otra Cámara.

Las Cámaras Provinciales procederán, de inmediato, a levantar el censo de aquellas personas dedicadas a la actividad turística, notificándoles por escrito que, en el plazo de sesenta días, cumplan con esta obligación. Transcurrido este plazo, las Cámaras harán uso de la facultad que les concede la Ley y el presente reglamento.

4.- Licencia anual de funcionamiento

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá por una sola vez a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio del Cantón Bucay (Servipagos, Administraciones Zonales) y cancelará:

- Patente municipal
- Tasa de turismo
- Aporte anual a CAPTUR
- Permiso de bomberos.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

En estas ventanillas se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el “Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento” debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia única anual de funcionamiento que incluye el permiso de bomberos.

Requisitos:

- 1.- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- 2.- Formulario de solicitud de autorización de funcionamiento firmado por el representante legal,
- 3.- Copia del RUC actualizado.

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.

5.- Patente Municipal

Obligación: Obtener el permiso de Patente, todos los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo: Hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.

Dirección: Administración zonal correspondiente

Los requisitos:

- Formulario de inscripción de patente
- RUC (original y copia)
- Representante legal
- Cédula de identidad (original y copia)
- Dirección (incluyendo número de oficina)
- Certificación catastral
- Certificado de votación
- Número telefónico
- Ubicación (norte, centro, sur, parroquias)
- Dirección de posibles sucursales
- Constitución del capital
- Descripción de la actividad económica principal
- Cuando se iniciaron las actividades
- Nombre y firma del declarante
- Escritura de constitución de la compañía original y copia.
- Original y copia de la resolución de la Superintendencia de Compañías.

6.- Uso de Suelo

Obligación: Obtener el permiso de uso de suelo para desarrollar una actividad comercial.

Plazo: Obtención cuando se va a instalar el establecimiento y el permiso tiene validez durante un año.

Requisitos:

- Tasa de trámite por servicios técnicos administrativos
- Formulario de solicitud de consulta de uso de suelo (se lo recibe al comprar la tasa de trámite)
- Cumplir con demás requisitos que se indiquen en la ventanilla municipal
- Completada la documentación deberá ingresarla en la ventanilla municipal

7.- Contribución del uno por mil a los Activos Fijos (FMPTE)

Obligación: Pagar mediante depósito en cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística, la contribución del uno por mil a los activos fijos.

Plazo: Hasta el 30 de abril de cada año.

Según la Ley de Turismo, en su Art. 39 y 40 se establece que para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, cuyo patrimonio autónomo contará con algunos ingresos, entre ellos:

La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente todos los establecimientos prestadores de servicios al turismo.

Están obligados a realizar este pago todos los prestadores de servicios turísticos que cuenten o no con registro y licencia única anual de funcionamiento actualizados para la prestación de servicios turísticos; es decir, contribuyentes que explotan establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, transportes (aéreos, terrestres, acuáticos y rentadores de autos) y establecimientos de animación y entretenimiento.

Del monto total de activos fijos (tangibles e intangibles) del contribuyente que consta en el Casillero 369 del Formulario 101 “Declaración del Impuesto a la Renta - Sociedades” se calcula el uno por mil; y, no se practican deducciones. El valor total así calculado se paga con el relleno de los formularios provistos por el Ministerio de Turismo y el depósito en el banco.

8.- Contribución del uno por mil a los Activos Reales

Obligación: Pagar contribución a la Superintendencia de Compañías (1 por mil a los activos reales) al año de funcionamiento.

Plazo: Hasta el 30 de septiembre de cada año

Requisitos: Luego de que los títulos de crédito han sido repartidos a los establecimientos sujetos al control de la Superintendencia de Compañías, éstos deben depositar el valor que haya sido determinado, en las cuentas designadas por esta entidad.

Las compañías contribuyentes remitirán a la Superintendencia de Compañías el comprobante de depósito.

9.- Cuerpo De Bomberos

Obligación: Todos los propietarios de establecimientos comerciales deben obtener y pagar el permiso de funcionamiento anual.

Para obtener el permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos, se debe comprar la “Solicitud de Inspección” en tesorería, la misma que será llenada con todos los datos completos, además de un mapa de localización del establecimiento.

Esta solicitud será presentada en el departamento de prevención.

La “Solicitud de Inspección” será dirigida al señor comandante general del cuerpo de bomberos del municipio.

Entre 8 y 10 días después de haber sido presentada la solicitud, se realizará la inspección y se recibirá el informe de inspección si es que se concede el permiso de funcionamiento.

CAPÍTULO II

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

La investigación de mercado constituye la recopilación y análisis de la información, es decir una fase elemental que ayudará a conocer y detectar que es lo que el turista quiere y necesita; y cuál es la mejor manera de ofrecerles algún producto.

Para una mejor comprensión sobre el estudio de mercado considerando la siguiente conceptualización:

Trespalacios, Vásquez, Bello (2005) plantean que la investigación de mercado implica el diagnóstico de necesidades de información y su búsqueda sistemática y objetiva mediante el uso de métodos para su obtención, análisis e interpretación con el fin de identificar y solucionar problemas y aprovechar oportunidades en el campo del marketing.

El objetivo de esta fase del estudio de mercado es medir el grado de aceptación que tendrá la implementación de la operadora en el cantón, así como conocer las necesidades de sus clientes.

2.1 Justificación

El estudio de mercado realizado es un elemento clave e importante para conocer el entorno donde se manejará la operadora. El estudio comprende la planeación, recopilación y posteriormente el análisis de los datos obtenidos para identificar las oportunidades que tendrán los productos a ofrecer (paquetes turísticos).

El que tenga éxito o fracaso un proyecto dependerá en gran magnitud de la veracidad, exactitud de la información que se obtenga en la investigación de mercado. Esto ayuda a que en la toma de decisiones lleve a la eficiencia y eficacia en la ejecución del proyecto. Mediante la investigación de mercado se conoce las necesidades, gustos, preferencias, rentabilidad y condiciones actuales del mercado nacional y la demanda existente.

2.2 Segmentación de mercado

Hoy en día el turismo en el Ecuador se ha venido expandiendo significativamente generando una segmentación heterogénea ya que existen distintos tipos de turistas con gustos y preferencias diferentes al momento de viajar.

En el análisis del mercado es importante hacer una segmentación de mercado que permita identificar las necesidades de los turistas. Esta segmentación busca dividir el mercado en grupos más pequeños y manejables para así hacer una gestión de marketing eficaz y poder cubrir dichas necesidades.

La división de mercado cuenta con dos etapas macro segmentación y micro segmentación.

2.2.1 Macro segmentación

La macro segmentación consiste en dividir el mercado en subgrupos grandes lo cual nos ayudará a definir el campo de actividad de la empresa e identificar los factores claves a controlar, se la hará a través de la conceptualización de producto – mercado el cual se sitúa en la intersección de un grupo de compradores y de una función basada en una tecnología correcta. (Bustamante, 2001)

El mercado de referencia de la operadora se lo hará indicando las tres dimensiones o macrosegmentos que son funciones, grupo de compradores y tecnologías.

Las funciones que va a satisfacer la operadora serán la necesidad de los turistas de conocer lugares naturales en donde puedan realizar deportes de aventura y/o deportes extremos, guiados por un personal altamente capacitado en cada una de las actividades siendo responsables con cada uno de ellos.

Los clientes potenciales o las posibles personas que podrían comprar nuestros paquetes a las cuales se pretende captar son turistas de Guayaquil y extranjeros que lleguen a la ciudad así como también, agencias de viajes u operadoras que quieran incluir nuestros servicios en sus paquetes.

Para hacer posible la satisfacción de las funciones detectadas y brindar un servicio óptimo en la práctica de deportes de aventura se adquirirán implementos y equipos seguros y de calidad revisados antes de su uso para evitar percances durante el desarrollo de las actividades y deportes. Mientras que los otros servicios como alojamiento y alimentación etc. serán dados por establecimientos de la zona que también estarán regidos por estrictas normas de higiene y calidad con el fin de que el turista se sienta bien atendido y supere sus expectativas.

2.2.2 Micro segmentación

Según Bustamante (2001) indica que la micro segmentación consiste en analizar la diversidad de necesidades y dividir el producto – mercado en subconjuntos de compradores, segmentos o nichos que buscan en el bien o servicio el mismo conjunto de atributos. Lo que significa que una vez realizado en macro segmento se hace necesario realizar un análisis más minucioso y detallado de los conjuntos o segmentos homogéneos que lo integran.

Existen diferentes criterios que se deben tomar en cuenta al momento de llevar a cabo la micro segmentación para descubrir el comportamiento de los segmentos seleccionados tales como:

Entre los criterios se destacan los siguientes segmentos:

Segmentación geográfica (se basa en la ubicación y posee características accesibles y medibles), segmentación demográfica (edad, género, ingresos, educación, profesión, clase social etc.), segmentación psicográfica (atributos relacionados con las necesidades sociales, sentimientos, pensamientos, conducta, características y estilo de vida de una persona) y segmentación por comportamiento (se basa en las características del comportamiento de compra de las personas.)

2.3 Grupo objetivo

El mercado objetivo comprende a personas del género masculino o femenino principalmente de la ciudad de Guayaquil, que tengan espíritu aventurero, busquen esparcimiento, cuyas edades fluctúen entre 20 – 45 años

(dependiendo del tipo de turismo de aventura), de un nivel económico medio, medio alto y alto, ya sean grupo de amigos, parejas, familias, etc. y que deseen compartir y vivir una aventura extrema en un espacio natural.

Una vez que la operadora se establezca y sea reconocida se atenderá a todas aquellas personas provenientes de otras provincias del país y a extranjeros que lleguen al puerto principal que estén interesados en el turismo de aventura.

2.4 Posicionamiento

La misión de la empresa es posicionarse como la primera operadora especializada en ofrecer paquetes de turismo de aventura en el cantón Bucay organizando actividades en un entorno natural y seguro.

Para ello se captará a visitantes potenciales que prefieran experimentar este tipo de turismo brindándoles confianza y seguridad; para que descarten la idea que los deportes de aventura poseen un alto nivel de peligrosidad y riesgo; así como también que los mismos no pueden ser practicados por personas sin experiencia.

Un factor importante para posicionarse en el mercado es trabajar con las más estrictas técnicas, normas y procedimientos de calidad y seguridad. Para ello, se buscará los mejores equipos y herramientas para desarrollar las actividades; así como también; contratar personal capacitado para así brindar un excelente servicio.

El tener un buen logo y slogan serán piezas claves para posicionarse en el mercado.

2.4.1 Logo



2.4.2 Slogan

***!Disfruta la Naturaleza,
Vive la Aventura...!***

2.5 Diseño de la Investigación

Para el estudio de mercado se ha utilizado el método descriptivo donde Bernal (2006) indica que la investigación descriptiva es aquella que detallará las cualidades o atributos de la población de objeto de estudio, sus rasgos y demás características de comunidades, personas, grupos o fenómenos con el fin de integrar las mediciones y determinar cómo se manifiesta el fenómeno. Además, este método ayudará a proporcionar datos cuantitativos sobre características específicas del mercado.

2.6 Técnica de recogida de datos

Para el presente proyecto se ha utilizado dos técnicas de recolección de datos como es la encuesta para el método descriptivo y la entrevista para el método cualitativo que permitirán obtener datos relevantes para la investigación del mercado.

2.6.1 Encuesta

Gaitan, J Cabrera, Urosa (1993) señalan que la encuesta es una técnica que permite obtener información formulando preguntas ya sea oral o verbalmente acerca del objeto de investigación. Se pueden hacer preguntas cerradas y abiertas donde las cerradas son las que dan alternativas y la persona encuestada deberá escoger entre ellas y las preguntas abiertas que no delimitan las alternativas de respuesta.

En las encuestas que se han realizado a los habitantes de Guayaquil, se usaron preguntas abiertas y cerradas, con el objetivo de obtener información y datos importantes sobre gustos, preferencias, tamaño del mercado y sus necesidades.

Las encuestas se las han realizado a hombres y mujeres de los diferentes sectores de la ciudad de Guayaquil, para conocer si estarían dispuestos a adquirir los servicios turísticos de una operadora especializada en el turismo de aventura en Bucay. **Ver Anexo 2**

2.6.2 Entrevista

La otra técnica que se ha utilizado es la entrevista que permite la observación de los entrevistados, puesto que proporciona doble información oral y no oral, se puede establecer una relación interpersonal, o solicitar aclaraciones. La entrevista obtiene información más clara que la de los cuestionarios.(Gaitan et al, 1993)

Se ha realizado una entrevista estructurada, que consiste en preguntas fijas (guión de entrevista) donde se espera recibir la información necesaria que ayude a conocer como se está manejando este tipo de turismo en el cantón Bucay, así como también las oportunidades que tiene este destino turístico y datos importantes que ayuden a la investigación.

Para obtener el tamaño de la muestra fue necesario determinar la población la cual debe de responder de manera clara ¿Quiénes o qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? y precisar cuántos elementos de esa población se van a utilizar.

2.7 Población

También llamada universo, es el conjunto de individuos o suma total de unidades que tienen ciertas características o propiedades comunes que se desean estudiar. (Fuentes Gallego, Icart Isern, & Pulpón Segura, 2006)

Para la investigación de mercado se ha utilizado como población la ciudad de Guayaquil por su ubicación y por ser destino base, así como también a las personas interesadas en realizar turismo de aventura y practicar deportes extremos en un entorno natural a fin de cuantificar a los futuros clientes potenciales. Es difícil captar toda la información de la población, por lo que, fue necesario tomar solo una parte de ésta que es la que se ha denominado muestra.

2.8 Muestra

La muestra es el grupo de unidades o individuos a estudiarse, es el subconjunto de la población o universo. Para que se pueda la información hacer válida o extensiva a toda la población y generalizar los resultados obtenidos se debe tomar una muestra representativa y determinar el tamaño adecuado.

En la presente investigación se ha tomado la fórmula para población infinita, puesto que la población de la ciudad de Guayaquil excede a 500.000 personas.

Tabla No 1. Población de Guayaquil

Población Total (Urbana y Rural) Provincia del Guayas:	3'645,483
Población Total (Urbana y Rural) de Guayaquil:	2'350,915
Población Urbana de Guayaquil:	2'278,691
Población de Guayaquil de 20 - 45	1'033,120

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos

La fórmula de población infinita es:

$$n = \frac{Z^2 p * q}{e^2}$$

Se tomó un nivel de confianza del 95% equivalente a 1.96 según la tabla proporcional y un margen de error de 5% con una probabilidad de ocurrencia y no ocurrencia de 0.50 cada una. Se toma 0.50 ya que no se conoce de estudios anteriores la probabilidad de éxito, y así tomando 0.50 produce el menor error muestral con relación a p.

Dando como resultado 384 encuestas

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

2.9 Muestreo

Se ha realizado el muestreo probabilístico aleatorio simple, sobre el cual Abascal, Grande (2005) indican que es aquel que está basado en un proceso de azar y las unidades que conforman la muestra son seleccionadas aleatoriamente; es decir, cualquiera tiene la oportunidad de ser seleccionado.

El muestreo consistió en un enfoque mixto, en el cual se recolectó, analizó y vinculó datos tanto cuantitativos y cualitativos en un mismo estudio para responder al planteamiento del problema, ya que los datos cuantitativos permiten una medición numérica, un conteo y el uso de la estadística mientras que los datos cualitativos no se basan en una medición numérica, ni conteo sino se utilizan descripciones u observaciones. (Gómez, 2006)

2.10 Análisis de los resultados

En la presente investigación se obtuvo como muestra $n = 384$ encuestas.

Sin embargo, para obtener un resultado más óptimo se encuestó a 400 personas en los distintos lugares de Guayaquil, para determinar los posibles clientes potenciales.

Se seleccionó la ciudad de Guayaquil por ser un destino base ya que cuenta con un puerto, aeropuerto y terminal terrestre, y por constituir una de las principales ciudades del país con mayor afluencia de turistas nacionales y extranjeros, y por la cercanía con el Cantón Bucay.

A continuación se presentan las preguntas con sus respectivos resultados de la encuesta realizada.

Pregunta No. 1

Género

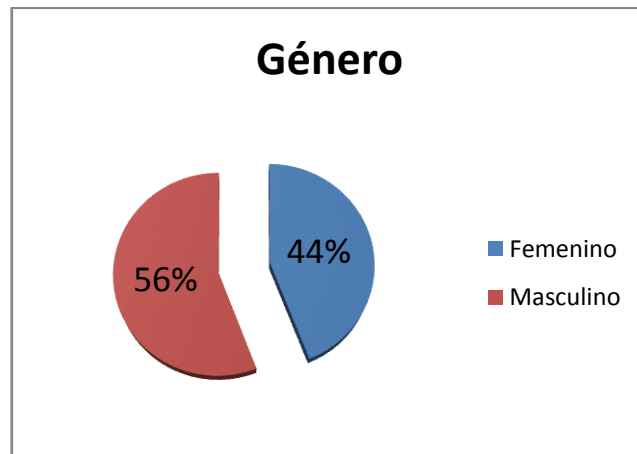


Gráfico No. 1 Género

Fuente: Autora del Proyecto

De acuerdo a las 384 encuestas que se efectuaron el 56% corresponde a hombres mientras que el 44% corresponde a las mujeres. La composición existente es equilibrada, es decir no existe un tendencia fuerte hacia ningún género.

Pregunta No. 2

Edad

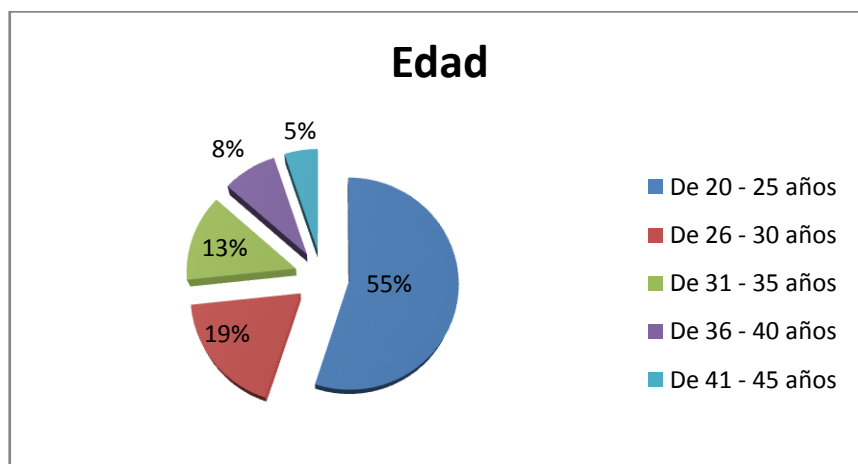


Gráfico No. 2 Edades de las personas encuestadas

Fuente: Autora del Proyecto

Con respecto a la edad el rango cuyo porcentaje es mayor es el de 20 – 25 años con el 55%, seguido del rango de 26 – 30 años con un 18% y de 31 – 35 años con el 13%, lo cual muestra que estas edades serán el mercado principal. Sin embargo, es importante acotar que los otros rangos serán segmentos que también se incluirán en el mercado objetivo si es posible, ya que a pesar de tener bajos porcentajes, existen personas de edades mayores que gustan de este tipo de turismo.

Pregunta No. 3

¿Cuál es su principal motivo de viaje?

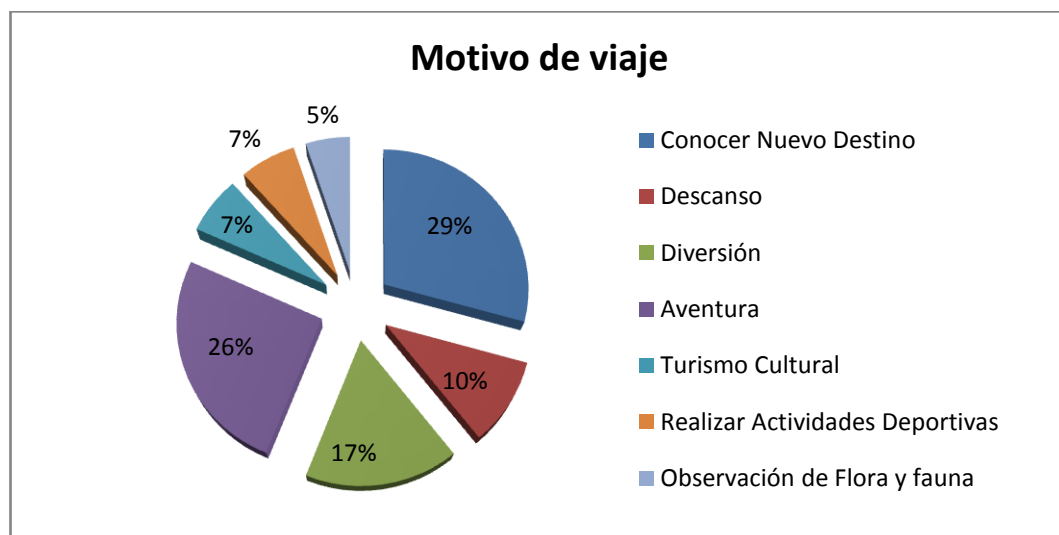


Gráfico No. 3 Motivos de Viaje

Fuente: Autora del Proyecto

La mayoría de las personas encuestadas optaron por la opción de conocer un nuevo destino y aventura con el 29% y 26% respectivamente, seguida de un 17% que viajan por diversión, lo cual refleja que los servicios a ofrecer están dentro de sus principales motivos y actividades de viaje.

Pregunta No. 4

¿Cuál de los siguientes destinos turísticos identifica usted como un lugar para realizar deportes de aventura o deportes extremos?

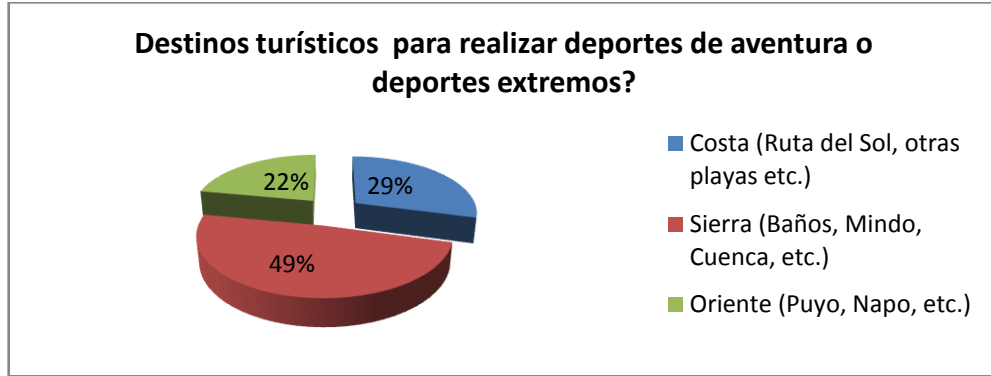


Gráfico No. 4 Destinos turísticos identificados para deportes de aventura

Fuente: Autora del Proyecto

La mayoría de los encuestados identificaron a la sierra (Baños, Mindo, Cuenca) como destino para practicar deportes de aventuras o deportes extremos con un 49% por lo cual se debe trabajar en dar a conocer y promocionar a Bucay que es el destino y lugar de operación turística; aunque también existen personas que eligieron como destino la costa con un 29% (Ruta del Sol, otras playas).

Pregunta No. 5

¿Le interesa la idea de conocer atractivos turísticos de aventura poco promocionados en forma divertida y participativa con la naturaleza?



Gráfico No. 5 Idea de conocer nuevos destinos de aventura

Fuente: Autora del Proyecto

El 89% de las personas encuestadas respondieron positivamente al estar interesados en conocer atractivos turísticos pocos promocionados cuyos datos incentivan a desarrollar dicho proyecto.

Pregunta No. 6

¿Alguna vez ha visitado el Cantón Bucay (General Antonio Elizalde)?

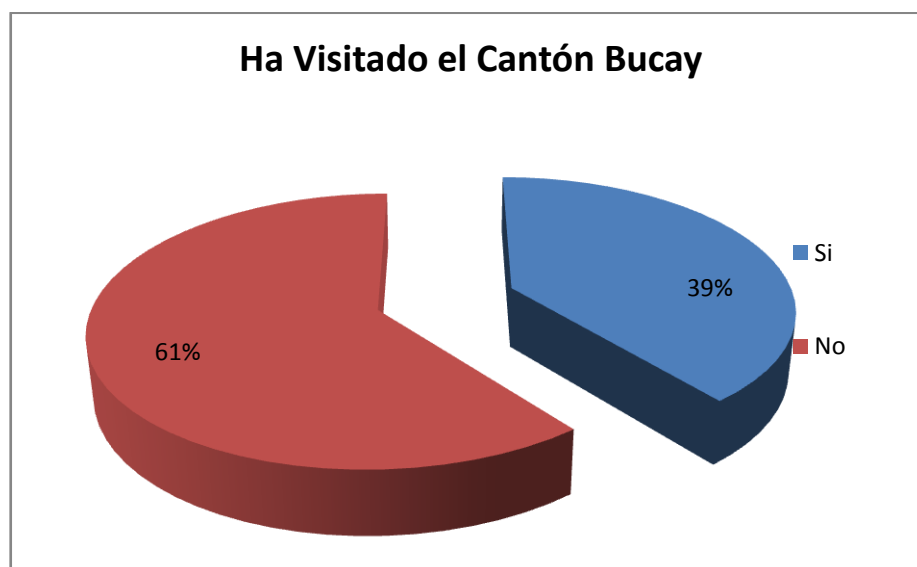


Gráfico No. 6 Porcentaje de visitas a él Cantón Bucay

Fuente: Autora del Proyecto

El 39% de los encuestados en la ciudad de Guayaquil han visitado alguna vez el Cantón Bucay (General Antonio Elizalde), por lo cual se debe dirigir los recursos a promocionar este destino, servicios y actividades; ya que un 61% de los encuestados no conoce el cantón; porque es un destino poco promocionado, no conocen atractivos predominantes a visitar en el sector y debido a la falta de oportunidades de viajes y tiempo.

Pregunta No. 7

¿Conoce usted alguna operadora de turismo que ofrezca paquetes turísticos a este cantón?



Gráfico No 7. Conocimiento de clientes sobre operadoras con paquetes turísticos a Bucay

Fuente: Autora del Proyecto

Aquí el indicador muestra que la mayoría de los encuestados no conocen de alguna operadora que ofrezca paquetes turísticos a este cantón con un 83%, mientras, que por otro lado el 17% si conoce. Este resultado es beneficioso para el proyecto, por lo cual se deberá trabajar en publicidad y promoción para que esta empresa sea reconocida y llegue a convertirse en la primera operadora turística especializada en deportes de aventura en el cantón Bucay.

Pregunta No. 8

¿Cuál de los siguientes factores considera importante al momento de escoger un destino a visitar con una operadora turística?

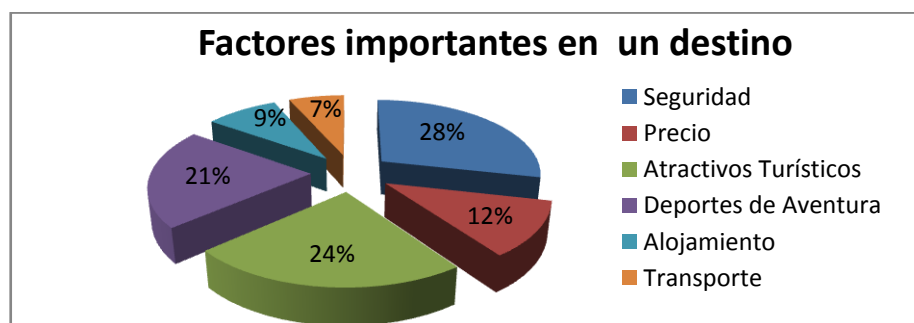


Gráfico No. 8 Factores considerados al momento de escoger un destino

Fuente: Autora del Proyecto

Con respecto a los factores considerados importantes al momento de escoger un destino a visitar con una operadora turística, el mayor bloque lo obtuvo la seguridad con un 29%, lo que indica que la mayoría de los encuestados prefieren salvaguardar su integridad física, seguida de los bloques de atractivos turísticos con un 24% y deportes de aventura con un 21%, un cuadro alentador que servirá como guía en el momento de ofrecer los servicios.

Pregunta No. 9

¿Emprendería usted un viaje a él Cantón Bucay en un clima templado con un paquete turístico que ofrezca deportes de aventura como ciclismo de montaña, senderismo, rapel, kayak, tubing, alojamiento, transporte y alimentación?

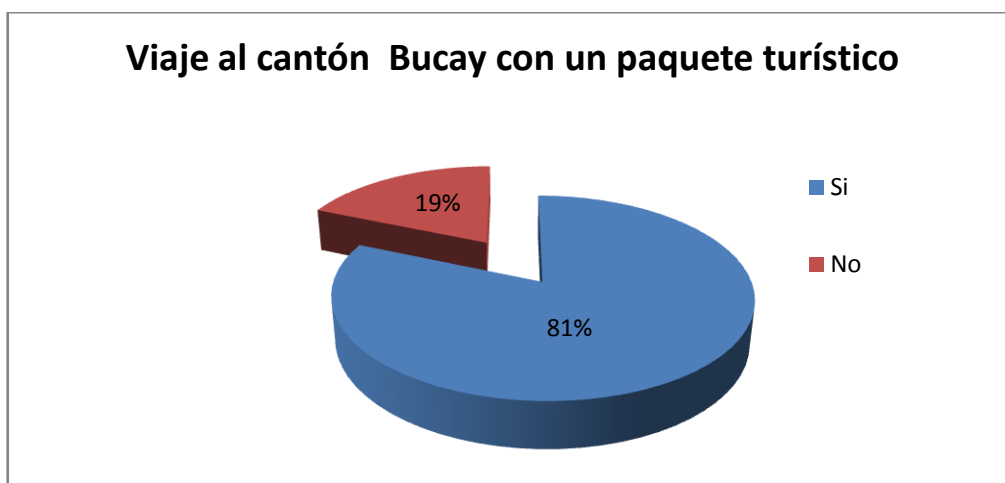


Gráfico No. 9 Clientes dispuestos adquirir paquetes turísticos a Bucay

Fuente: Autora del Proyecto

El 81% de los encuestados les pareció agradable la idea de emprender un viaje con un paquete turístico que ofrezca ciertos deportes de aventura además de alojamiento, alimentación y transporte, mientras que el 19% no lo haría.

Pregunta No. 10

¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico al cantón Bucay con lo mencionado anteriormente?

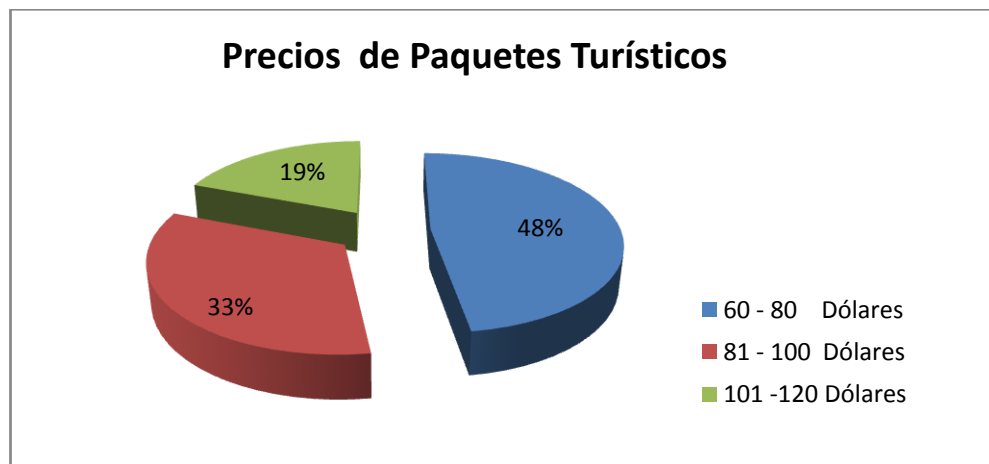


Gráfico No. 10 Precios por paquete turístico

Fuente: Autora del Proyecto

Los mayores porcentajes corresponden a los rangos: 60 – 80 dólares con el 48% y 81 – 100 dólares con un 33%; resultado positivo, puesto que nos refleja que las personas si estarían dispuestos a pagar dichos valores por los paquetes ofertados.

Además, estos datos serán de gran importancia al momento de determinar las tarifas o precios de los paquetes.

2.11 Conclusiones

Los resultados que se han obtenido con la encuesta realizada para la implementación de la operadora turística orientada a ofertar paquetes turísticos de aventura respaldados mediante la tabulación de datos, es favorable ya que se puede determinar, que existe una demanda de turistas que les gusta la idea de realizar actividades fuera de lo común; como son los deportes de aventura con las garantías necesarias que brinde confianza y seguridad en los servicios, que lamentablemente hoy en día el mercado no las ofrece en su totalidad.

Así mismo, la entrevista realizada muestra que el lugar escogido para desarrollar el proyecto es idóneo ya que cuenta con los recursos y atractivos turísticos necesarios para hacer las operaciones pero que existen algunas falencias en los servicios turísticos actualmente ofertados, los cuales se deben tener en cuenta para mejorar y brindar un servicio de calidad. **Ver Anexo 3**

El presente análisis e interpretación de los resultados, permite determinar aspectos fundamentales a considerarse al momento de ejecutar este proyecto que cubre una necesidad en el mercado.

2.12 ANÁLISIS PEST

Carrión (2007). “Denomina análisis PEST al estudio de los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos que influyen sobre la organización. Su objetivo es identificar las variables que afectan o pueden afectar a la estrategia a seguir por la empresa en el futuro.”

2.12.1 Económico

- Crecimiento del PIB (producto interno bruto). A pesar de las predicciones económicas en estos tiempos de crisis, Ecuador ha demostrado en comparación con economías de otros países, lograr obtener un crecimiento en el PIB puesto que para el primer trimestre del 2012 el Producto Interno Bruto del Ecuador fue de USD 6.907 millones, en su valor real, es decir a dólares del 2000; lo que representa una variación anual del 4.84% (con un ingreso per cápita de 1.932 dólares). Al comparar el presente trimestre con el último trimestres del año pasado se puede constatar una variación positiva del 0.70%¹⁰. El sector turístico (otros servicios) tiene un crecimiento sostenido de 0.25% por lo que constituye la segunda industria que más aporta a la variación trimestral del PIB.
- Incremento de impuestos establecidos por el Gobierno Central y de tributos de los Gobiernos Sectoriales como el Consejo Provincial y Municipio.

¹⁰ Cámara de Comercio de Quito. Producto Interno Bruto. Síntesis Macro Económica.

- Aumento del ICC (Índice de Confianza del Consumidor) en el último año ubicándose con 44.2 puntos en el mes de Julio, a pesar de que este valor es 0.8 puntos inferior al registrado el mes anterior. Este indicador económico mide el grado de optimismo por parte de los consumidores sobre el estado general de la economía y su situación financiera.¹¹
- Incremento anual del salario mínimo vital por parte del Gobierno en un 10.5% de 264 a 292 dólares.
- Disminución de la demanda de turistas provenientes del continente europeo debido a la crisis económica que atraviesa provocando que sus habitantes no puedan viajar, pero a pesar de ello Sudamérica registra un incremento en el desarrollo del turismo en un 6%.¹² Ecuador muestra un crecimiento en un 14.10% en el último semestre del 2012 en relación al mismo periodo del año 2011.¹³
- La inflación mensual del IPC de agosto 2012, registró un comportamiento inflacionario de 0.29%. La inflación anual de del IPC (índice de precios al consumidor) del 2012 registro el 4.88% , el resultado general muestra a la inflación de bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes como la división de mayor crecimiento (29.99%) seguida del sector turístico como son los restaurantes y hoteles con el 8.33%¹⁴. La inflación acumulada en agosto 2012 se ubicó en 2.97%, porcentaje inferior al de igual período de 2011. Las divisiones de consumo de mayor incremento acumulado fueron: bebidas alcohólicas, tabaco y estupefacientes (16.39%); restaurantes y hoteles (5.35%); y transporte (3.91%). Esta situación da como resultado condiciones adecuadas para que las personas puedan invertir en implementación de empresas del sector turístico.
- En el país existe el 5.2% de desempleo en el segundo trimestre del 2012 siendo Guayaquil y Quito las ciudades más afectadas. Sin embargo, este porcentaje es menor al registrados años anteriores como Junio del 2008 (6.37%), Junio del 2009 (8.39%), Junio del 2010(6.13%), y Junio del 2011

¹¹Banco Central del Ecuador. Estadísticas Macroeconómicas.

¹² <http://www.enterecuador.com/archivos/4213>

¹³ <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=20749>

¹⁴ Reporte Mensual de Inflación.

(6.36%).¹⁵ A pesar de esta situación existe un cuadro alentador para el país ya en general ha incrementado la tasa de ocupación plena del 41.2% (marzo del 2011) al 49.9% (marzo del 2012)¹⁶

- Es relevante considerar el riesgo país, que se refiere al riesgo de inversión económica como consecuencia de ciertos factores específicos y comunes de un país. Para el presente proyecto no se pretende determinar la factibilidad de inversión extranjera para el mismo, pero cabe recalcar la importancia que tiene este indicador al dar a conocer si estarían dispuestos a invertir en Ecuador más aún invertir en el sector turístico en sus diferentes áreas, lo que podría beneficiar de forma indirecta la ejecución y puesta en marcha esta operadora turística. Es así como nuestro país ha tenido una baja en lo que va en Septiembre del 2012 con 722 puntos 69 puntos menos que el mes anterior del mismo año.¹⁷
- Las tasas de interés han sido estables ya que se han mantenido en los mismos niveles del último trimestre del año anterior con correspondiendo a una tasa activa efectiva máxima de 11.83% para el segmento productivo de Pymes (Pequeña y mediana empresa).¹⁸ Lo cual permite realizar inversiones productivas como la adquisición de los equipos deportivos, activos fijos entre otros que son elementos claves para el inicio de una empresa, en este caso el de una Operadora de Turismo de Aventura.
- Para llevar a cabo un proyecto que genere ingresos el capital de inversión es importante y necesario, el cual no es fácil de conseguir. Sin embargo, en la actualidad existen algunas alternativas para acceder al monto de dicha inversión como es la del sector financiero que cuenta con varias líneas de crédito, en donde cada una tiene su interés determinado. Para poder acceder a un crédito es necesario conocer el comportamiento en el cambio de la oferta y demanda del crédito, en donde para el primer trimestre del 2012 las Instituciones Financieras (IFIS) otorgaron menos crédito para los segmentos Producción y Microcrédito han sido menos restrictivas para otorgar créditos a los segmentos de Vivienda y Consumo. A pesar de esta situación en el cambio de la oferta el indicador de cambio de demanda de

¹⁵Diario Hoy. El desempleo sube al 5,2 % en el segundo trimestre de 2012.

¹⁶El Telégrafo. La tasa de ocupación plena en el Ecuador aumentó en el 2012.

¹⁷ Banco Central del Ecuador. (2012). Riesgo país.

¹⁸ Banco Central del Ecuador. (2012). Tasas de Interés.

crédito muestra que en las nuevas solicitudes de crédito existe un gran número de los segmentos de Consumo y Productivo, señalando que no existió variación para los segmentos de Vivienda y Microcrédito.¹⁹ Uniendo estos indicadores con las tasas de interés estables del sector financiero muestra que hay oportunidades para el acceso de créditos de inversión.

2.12.2 Político

- Ecuador ha atravesado nueve reformas tributarias durante los últimos 5 años y cambios constantes en los temas arancelarios lo que ha provocado que haya falta de certeza en el sector productivo. La idea del Gobierno al reformar los tributos consiste en generar ingresos y mover la economía, pero a su vez crea incertidumbre y ahuyenta la inversión, que también podría ser una forma de generar recursos en la economía, más aún con la creación de impuestos como el ISD (Impuesto a la salida de divisas). “Así, la carga tributaria tradicional ha ido en constante aumento al pasar del 10,8% en el 2006 al 13,6% en el 2010. Según las previsiones del SRI, la idea es llegar al 15% de carga tributaria en el 2013”.²⁰
- En la política comercial arancelaria se está frenando y estancando las importaciones según Eduardo Cadena, Director del Centro de Estudios y Análisis de la Cámara de Comercio de Quito medida que influye en la escasez de productos, incrementos de precios y mercados negros lo que afecta a la ejecución del proyecto, ya que ciertos equipos por su mayor seguridad y calidad serán adquiridos por proveedores que importan los mismos y sus costos serían muy altos.
- Apoyo del Gobierno Central para acceder a créditos para nuevas Pymes como una oportunidad de negocio
- Las Pymes han fortalecido sus estrategias de metas y competitividad mediante el Foro Pymes Competitivas Ecuador 2012 realizado en el mes de marzo.²¹

¹⁹ Banco Central del Ecuador. (2012). Oferta y Demanda de Crédito. Reporte Trimestral de Oferta y Demanda de Crédito.

²⁰ <http://www.eluniverso.com/2012/06/25/1/1356/politica-tributos-da-certezas-sector-productivo.html>

²¹ <http://machalavirtual.com/noticias/evento-internacional-foro-pymes-competitivas-ecuador-2012/>

- La planificación en Ecuador es una realidad, ya que cuenta con varios proyectos como el Plan Estratégico de Desarrollo de Turismo Sostenible para Ecuador (PLANDETOUR 2020), Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013 y Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM) entre otros, que garantizan un mejor desarrollo para el país y en especial para el sector turístico.

El Plandetour 2020 es una herramienta de planificación estratégica que integra, ordena y orienta la gestión de competencia en el desarrollo del turismo sostenible en el país involucrando todos los ámbitos de actuación beneficiando a la comunidad y pueblos y el mejor uso de sus recursos. Lo que plantea el Plandetour 2020 genera condiciones óptimas para emprender iniciativas productivas en este sector.

El Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013 es un plan que apuesta al cambio, tal como se indica a continuación:

La satisfacción de las necesidades, la consecución de una calidad de vida y muerte dignas, el amar y ser amado, y el florecimiento saludable de todos y todas, en paz y armonía con la naturaleza y la prolongación indefinida de las culturas humanas. El Buen Vivir supone tener tiempo libre para la contemplación y la emancipación, y que las libertades, oportunidades, capacidades y potencialidades reales de los individuos se amplíen y florezcan de modo que permitan lograr simultáneamente aquello que la sociedad, los territorios, las diversas identidades colectivas y cada uno —visto como un ser humano universal y particular a la vez— valora como objetivo de vida deseable (tanto material como subjetivamente, y sin producir ningún tipo de dominación a un otro). Nuestro concepto de Buen Vivir nos obliga a reconstruir lo público para reconocernos, comprendernos y valorarnos unos a otros— entre diversos pero iguales— a fin de que prospere la posibilidad de reciprocidad y mutuo reconocimiento, y con ello posibilitar la autorrealización y la construcción de un porvenir social compartido» (Ramírez, 2008).²²

Es importante señalar que el objetivo No. 4 del Plan Nacional para el Buen Vivir, es el de garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable.

²² <http://plan.senplades.gob.ec/web/guest/presentacion>

Los Objetivos de Desarrollo del Milenio son fundamentales para mejorar la posibilidad de cambio y construcción hacia el desarrollo turístico ya que el objetivo No.7 de este proyecto es garantizar la sostenibilidad del medio ambiente en donde “Ecuador defiende el respeto a la naturaleza, la diversidad cultural y la responsabilidad compartida.”²³

El tener programas y planes con estrategias y políticas que velen por mejorar el desarrollo en el sector turístico es favorable para emprender proyectos.

Las políticas anteriormente citadas son optimistas para llevar a cabo un negocio, ya que hacen referencia a mantener los recursos naturales y culturales que posee el Ecuador, mejorar la calidad de vida de los habitantes así como apoyar a las empresas del sector turístico, promoviendo un ambiente sano y sustentable.

2.12.3 Socio – Cultural

- "Sin seguridad en el país no hay turismo, porque no existe seguridad turística, sino nacional" palabras del Ministro de Turismo Freddy Ehlers en el 2011, el cual citó que este asunto debería ser atendido inmediatamente y se debería trabajar en conjunto para ofrecer servicios de calidad brindando a los turistas seguridad y velar por su bienestar, los cuales serían nuestra carta de presentación.²⁴ A pesar que para el 2012 se creó el Plan Ecuatoriano de Seguridad Turística en el cual consta de 5 ejes como: sensibilización ciudadana, capacitación, alianzas estratégicas, investigación y seguridad en destinos cuyo objetivo es de garantizar una permanencia agradable de los turistas nacionales y extranjeros no se ha cumplido como tal, ya que en la actualidad el país atraviesa por una situación de inseguridad turística con hechos lamentables suscitados en los meses pasados, como fue el secuestro de una turista australiana y otra británica provocando así advertencias hechas a los turistas de diferentes nacionalidades en materia de seguridad en sus páginas webs puesto que tienen deber de informarles sobre las diferentes situaciones de los posibles

²³ <http://www.pnud.org.ec/odm/index.htm>

²⁴ <http://www.elmigrante.com.ec/articulo/ecuador/ministro-ehlers-fenomenal-crecimiento-de-turismo-en-ecuador>

países de destinos. Lo cual afecta al turismo del país puesto que se está creando una imagen negativa del mismo.

- Nueva tendencia por el turismo de aventura genera un escenario optimista en el desarrollo de proyectos turísticos orientados al mismo ubicándonos en quinto lugar entre los diez mejores destinos de turismo de aventura 2012 publicado por el portal de switchback travel.
- El turismo es el cuarto rubro que aporta a la economía del país creciendo en 13.52% en el 2012 en relación al 9% en el 2011,²⁵ generando fuentes de empleo en el país incluyendo a las personas en las diferentes plazas de trabajo y ofertas laborales.
- La edad de los turistas de aventura se encuentran entre 20 – 40 años con un 29% y de 41 – 60 años con un 42% según datos de una segmentación demográfica hecha por Adventure Travel Trade Association,²⁶ de tal manera que incide positivamente ya que nuestro mercado objetivo fluctuará entre estas edades.
- La pobreza nacional tanto en áreas urbanas como en áreas rurales ha disminuido, teniendo un 25.3% en Junio del 2012, 4 puntos menos registrados en el mismo periodo del año anterior. Así mismo, la pobreza en zona urbana en el mes de Junio es de 15.3%, 4 puntos porcentuales menos que en Junio del 2011, un cuadro alentador que muestra la disminución de la pobreza más aún en la zona urbana que es en donde se desea tener mayor demanda de los servicios ofertados.²⁷
- En la actualidad según las estadísticas del Ministerio de Educación las nuevas regulaciones en el sistema educativo ha provocado que se reduzca el índice de analfabetismo el cual es de 6.8% con 2.13% menos que periodos anteriores. Es elemental que el Gobierno se preocupe por el sistema educativo ya que contribuirá al desarrollo intelectual y académico de sus habitantes dándoles la oportunidad de desarrollarse, para que a su vez estos contribuyan al país.

²⁵http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=50159&Itemid=1

²⁶ Red Productiva e Innovación Productiva Informe de Segmentación del Sector Turístico

²⁷ INEC. Evolución del mercado laboral y pobreza de Junio del 2012

2.12.4 Tecnológico

- Hoy en día a nivel mundial existe la facilidad de tener acceso a internet y sus diferentes formas de uso como redes sociales, pagos online, banca y comercio electrónico, así como también la nueva tendencia de internet móvil junto a la publicidad que se puede realizar vía online, se ha venido incrementando y mejorando estos últimos años con el objetivo que las personas accedan de una manera más rápida y eficiente a ciertos servicios ofertados.
- A pesar de que hay mayor accesibilidad al internet nuestro país tiene un bajo porcentaje de personas que acceden al internet
- En el factor tecnológico, el turismo de aventura no tiene mayor exigencia en tecnología puesto que su mayor inversión será en los equipos y herramientas para desarrollar las diferentes actividades y deportes de aventura los cuales estarán regidos por estándares de calidad para salvaguardar la integridad física de los turistas. Existen equipos de distintas marcas en el mercado, pero la operadora escogerá las que mantengan la línea de calidad y constante evolución tecnológica ya que permitirá ofrecer un servicio más seguro como es el GPS con la última actualización en cartografía que permitirá ubicar a los turistas en caso de emergencia que se pueda suscitar.
- Cabe recalcar que los costos de usar la última tecnología y tendencia de productos para deportes de aventura serán altos debido a que muchos son importados y elaborados con materiales de calidad.
- En la actualidad las operadoras cuentan con páginas web, programas de red, blogs etc.; lo que permite tener oportunidades para potenciar el turismo, compartiendo información fidedigna a distintos lugares del mundo abriendo caminos para nuevos mercados y receptar datos de los futuros clientes potenciales ahorrando recursos y así generar nuevos ingresos para el país.

2.13 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS PORTER

El análisis de las cinco fuerzas Porter es un modelo estratégico elaborado por el profesor y economista Michael Porter en 1987, nos enseña que la industria se encuentra rodeada por factores fundamentales que ayudará a identificar las bases de las estrategias competitivas para el presente proyecto. Es una herramienta analítica que se utiliza para examinar el entorno competitivo y juntas determinan la rentabilidad potencial de un sector. (Muñiz, 2010)

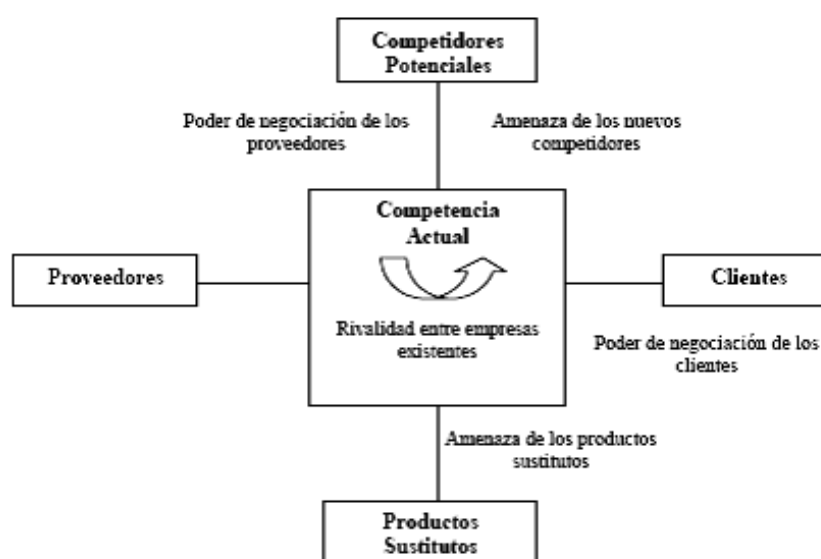


Gráfico No. 11 Cinco Fuerzas Porter

Fuente: Porter, (2009)

2.13.1 Amenaza de los nuevos aspirantes

Hace referencia a la posibilidad de los beneficios de Operadoras ya establecidas puedan descender por la entrada de nuevos competidores que ofrezcan el mismo tipo de servicio o producto. “Si las barreras de entradas son altas y / o el nuevo entrante puede anticipar una dura revancha de los competidores existentes, la amenaza de entrada será baja.” (Muñiz 2010: 81). El hecho de que un mercado se torne atractivo depende de que tan fácil sea sobrellevar las barreras u obstáculos de entradas para los nuevos aspirantes

cuyo objetivo será de apoderarse del mercado. Para el presente proyecto las fuentes principales de barreras de entrada son las siguientes:

- **Diferenciación del Producto.-** Hoy en día existe gran cantidad y variedad de operadoras turísticas en el Ecuador, pero la mayoría que ofertan turismo de aventura se encuentran en la sierra. La diferencia de la operadora que se plantea en este proyecto con el resto de las que se encuentran en el mercado turístico es que ofertará paquetes de deportes de aventura en el cantón Bucay, y su oficina estará ubicada en Guayaquil, donde este tipo de turismo no ha sido explotado debido a que existe una baja promoción de destinos turísticos ideales para el mismo en la Provincia del Guayas. La operadora contará con las máximas medidas de seguridad y calidad establecidas en la ley para velar por el bienestar del turista y satisfacer sus necesidades. Además, es relevante recalcar que la operadora no solo se va a enfocar al turismo de aventura innovador sino que orientará a los turistas a tomar conciencia sobre la importancia de la conservación de la naturaleza como un valor agregado que la diferencia del resto de las operadoras.
- **Acceso a los canales de distribución.-** Esta barrera crea en el nuevo competidor a asegurar la distribución de su producto. La operadora de turismo se promocionará y dará a conocer mediante las alianzas establecidas con las distintas agencias de viajes minoristas ubicadas en Guayaquil, así como también, a través de convenios con hoteles para que los servicios lleguen al consumidor final.
- **Barreras gubernamentales.-** Las políticas de gobierno son importantes para el presente proyecto ya que para entrar en este mercado se necesita un sin número de requisitos legales y cumplir con las distintas leyes, normas estatutos y reglas más aún que el servicio que ofrecemos tiene que ver con el contacto con la naturaleza medidas claras, efectivas y específicas que ha tomado el gobierno para su conservación así como también normas para preservar la vida de los turistas. Es muy importante cumplir en su totalidad con las leyes para que posteriormente no surjan problemas desprestigio con la operadora.

2.13.2 Poder de negociación de los proveedores

Los proveedores son elementales en el proceso de posicionar a la operadora porque serán ellos los que facilitaran los equipos y herramientas necesarias para poder ofertar nuestros servicios, y dependerá del poder de negociación para llegar a un acuerdo comercial. Los siguientes factores que influirán en el poder de negociación para con la operadora son:

- El número o concentración de proveedores es importante, porque mientras más proveedores existan menor es su capacidad de negociar, pues existirán diferentes ofertas, en donde tendrán que ceder el precio de sus insumos, lo que favorecería a la operadora.
- Importancia del volumen para los proveedores de acuerdo a lo que la operadora necesite para cada actividad deportiva a desarrollar y demás servicios va a depender el volumen de insumos o equipos que se les compre al proveedor.
- Contribución de los proveedores a la calidad o al servicio
- Disponibilidad de sustitutos en donde algunos insumos podrían ser reemplazados

Por lo tanto, en un mercado no será atractivo si los proveedores están organizados gremialmente y cuenten con gran cantidad de recursos en donde puedan imponer sus precios y volumen de venta o pedidos. Para la operadora el poder de negociación de los proveedores es alto, ya que no hay una gran cantidad de oferentes en el mercado y la mayoría de los equipos son importados, lo cual implica la contribución de los proveedores a la calidad o al servicio por consiguiente sus costos serán altos, debido a línea de los servicios a ofrecer que son paquetes orientados al turismo de aventura el cual implica actividades relacionadas con deportes de aventura y/ o deportes extremos. La situación se podría complicar aún más, si no existen sustitutos o el volumen de venta o pedido no sea constante o frecuente, ya que por el hecho de ser equipos cuyo uso será de acuerdo a la demanda por la práctica de los deportes, la operadora los adquirirá cada cierto periodo dependiendo del desgaste y los daños que sufran los mismos.

En cuanto a los otros servicios a ofrecer dentro de los paquetes como transporte, alimentación, alojamiento etc., el poder de negociación de los proveedores será bajo ya que existen mayores números de proveedores en el mercado en donde los servicios y productos solicitados serán frecuentes y en donde si existen sustitutos, lo cual permite negociar favorablemente para la operadora.

2.13.3 Rivalidad entre los competidores existentes

Esta fuerza es una de las más importantes porque ayudará a que la operadora tome las medidas pertinentes y necesarias para asegurar su posicionamiento en el mercado. En la actualidad, la mayoría de los sectores existe competencia y hay que saber controlar el macro y microambiente para mantenerse en el mercado diferenciarse de los demás.

La rivalidad con los competidores es media, puesto que en el mercado a incursionar no existe gran cantidad de competidores directos, por lo que como principal competencia directa para la operadora está a Mundo San Rafael un complejo turístico que cuenta con 115 fincas vacacionales, un restaurante cuya comida no es típica de la zona y cuenta con su operación turística en donde sus servicios son similares a los de esta propuesta, el cual se encuentra operando actualmente en el cantón.

Es fundamental señalar que la Mundo San Rafael no ha sido debidamente promocionada en el mercado, en base a la observación directa y trabajo de campo realizado. Esta operadora oferta servicios similares a los de este proyecto en cuanto a hospedaje, alimentación y ciertos deportes extremos con diferencia que no promueve turísticamente el cantón Bucay, puesto que su proyecto se basa principalmente al turismo campestre dentro de sus instalaciones. En cambio en esta propuesta, si se contempla la promoción de Bucay como destino, donde los turistas podrán disfrutar de nuevas alternativas de entretenimiento y diversión manteniendo los más altos estándares de calidad y seguridad puesto que se han considerado en los paquetes turísticos un seguro de viaje para los mismos, así como también transfer in y transfer out, que constituyen valores agregados que diferencian de la competencia.

Como competidores potenciales están todas aquellas operadoras de larga trayectoria que aún no han ingresado a este mercado, pero tienen altas probabilidades de hacerlo en poco tiempo al descubrir el potencial turístico con que cuenta Bucay como destino idóneo para el turismo de aventura; Entre estas empresas están:

1. Metropolitan Touring
2. Klein Tours
3. Geotours
4. Spring Travel
5. Ecuador Adventure; entre otras

2.13.4 Poder de negociación de los compradores

Los clientes exigen mayor calidad en los servicios y reducción de precios en los servicios, lo que al acceder a esto la operadora tendría que disminuir el margen de su utilidad.

Para el presente proyecto el poder de negociación de los compradores es bajo, puesto que en la actualidad en la Provincia del Guayas no se cuentan con operadoras turísticas que oferten paquetes exclusivamente de turismo de aventura para el cantón Bucay con relación a las operadoras existentes en su gran mayoría en la sierra y oriente.

Y en base a las encuestas realizadas a la población de Guayaquil, el principal mercado objetivo, se determinó que los clientes si optarían por los servicios con precios razonables de esta propuesta.

2.13.5 Amenaza de productos o servicios sustitutos

Un sustituto representa una amenaza para el mercado porque podría alterar la demanda, más aún cuando cuentan con precios bajos, buena calidad, entre otros aspectos, por lo cual esta fuerza obliga a que la operadora se encuentre en constante actualización y alerta sobre las nuevas tendencias y novedades del mercado que pueden alterar los gustos y preferencias de los consumidores.

La amenaza de los sustitutos es alta, ya que se considera como producto sustituto de nuestros servicios a las diferentes maneras de entretenimiento, descanso, actividades y ocio que se mencionaran a continuación:

- Turismo Cultural
- Clubes Campestres
- Observación de flora y fauna
- Tours a la sierra u oriente
- Ecoturismo; entre otros

Otro factor que se podría considerar como sustituto es el riesgo que existe con los complejos turísticos, hosterías o servidores turísticos que se encuentran cercanos al cantón en donde los turistas podrían visitar sin necesidad de una operadora, por lo cual se realizará una promoción sobre lo fundamental de contratar los servicios de una operadora turística especializada que brinde la seguridad necesaria para los turistas.

2.14 ESTRATEGIA DE MARKETING

2.14.1 Marketing Mix

Es una herramienta donde se usan cuatro variables controlables que una empresa regula para obtener los resultados deseados en el mercado objetivo. Cuyas variables son las cuatro P:

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

2.14.1.1 Producto

El producto es una de las variables más elementales del marketing mix. “Es un conjunto de atributos que el consumidor considera que tiene un determinado

bien o servicio para satisfacer un deseo o una necesidad.” (Bonta & Faber, 2002).

El producto turístico son los bienes o servicios que forman parte de la oferta turística, no es más que el conjunto de atributos tangibles e intangibles con un nombre que los describirá donde el cliente puede aceptarlo para satisfacer una o más necesidades que tenga.

2.14.1.1.1 Descripción del Producto

Extreme Tours, es el nombre comercial de la operadora turística que se plantea en este proyecto; cuyo producto turístico es el de ofrecer otra alternativa de turismo como es el de aventura, a través de deportes extremos y actividades recreativas donde el turista tenga la oportunidad de vivir experiencias únicas e inolvidables ligadas a la recreación y diversión. La operadora se diferencia de las demás de la zona, ya que se especializará en actividades de aventura, además de ofrecer una alta calidad en los implementos y herramientas utilizados en la práctica de cada deporte extremo. **Ver anexo 4**

Adicionalmente, se brindará servicios de transporte, alojamiento, alimentación y recorridos turísticos por nuevas rutas y fuera de las convencionales que garanticen al turista una estadía agradable y confortable durante todo su viaje. Así mismo, cada turista contará con un seguro de viaje con el cual podrán acceder a este beneficio desde el instante que empieza su viaje hasta el retorno de su lugar de origen.

La oferta del producto turístico principalmente se presentará como un paquete turístico organizado, en el cual se preestablecerá diferentes servicios incluidos en un mismo precio.

Los principales deportes de aventura que se ofrecerá son:

- Senderismo / trekking
- Canotaje / kayak
- Rapel
- Canyonig / barranquismo
- Ciclismo de montaña
- Tubbing

Los productos turísticos determinados son los siguientes:

1) PAQUETE TURÍSTICO– OPCIÓN NO.1

EXT-GYE-001

Bucay, Paraíso de Aventura

Un destino real, diferente

3D/2N

El paquete incluye:

- Servicio de transporte Guayaquil – Bucay – Guayaquil
- Servicio de guianza profesional de turismo
- Alojamiento por 2 noches en la Hostería Casa de Piedra, categoría turista en habitaciones compartidas.
- 2 desayunos, 3 almuerzos y 2 cenas
- Refrigerio con snacks
- Seguro de viaje
- Práctica de deportes de aventura / extremos (bicicleta de montaña, rappeling, tubing)
- Equipos deportivos
- Ruta de las cascadas
- Ruta del trapiche
- Rio Chimbo
- Entradas previstas en el itinerario
- Bebidas no embotelladas
- Visitas a los principales destinos turísticos de Bucay

El paquete no incluye:

- Bebidas alcohólicas
- Entradas a centro de diversión nocturna
- Servicios no especificados en el paquete

Notas Importantes:

- ✓ Tarifas sujetas a cambio sin previo aviso

- ✓ Confirmar previa cancelación total del servicio
- ✓ Descuento 50% para pasajeros de la tercera edad
- ✓ En caso de problemas naturales, el tour se programará para otra fecha
- ✓ Se aceptan tarjetas de crédito
- ✓ Por cada 15 pasajeros se otorga una gratuidad
- ✓ La tarifa no es reembolsable

Recomendaciones:

- Llevar cámara fotográfica
- Ropa cómoda y ligera
- Repelente, gorra, zapatos deportivos
- El tour guía dará alguna otra recomendación que no esté especificada
- Terno de baño
- Seguir las indicaciones del guía
- Realizar deportes extremos una hora después de haber ingerido alimentos.

Itinerario

Día 1

Salida 07H00 desde Guayaquil hacia el cantón Bucay. Traslado a dejar el equipaje a la Hostería “Casa de Piedra” ubicado en el Recinto La Esperanza, para posteriormente continuar a la sala de interpretación de la operadora en donde el guía turístico dará una charla de inducción de aproximadamente 10 minutos antes de emprender la aventura.

Luego se continua por la Ruta de las Cascadas, con una duración aproximada de 40 minutos, donde los visitantes podrán hacer rappel con los equipos adecuados y/ o tomar un baño en las cristalinas aguas. Después se servirá un refrigerio. El tiempo que se lleve hacer rappel dependerá en su mayoría del número de personas que lo realicen.

Regreso a la ciudad donde podrán degustar de comida típica en el Restaurante “Liz Miranda” y de allí el alojamiento será en la Hostería en donde tendrán la tarde libre.

En la noche, incluye cena y después integración grupal con fogata (opcional)

Día 2

Desayuno de 07H00 a 10H00. Salida hacia el Río Limón donde estarán los implementos y equipos de seguridad necesarios y listos para la práctica del tubing aproximadamente 2 horas de duración, previo a esto el guía informará a los turistas sobre el uso de los equipos y cuidado de la naturaleza. Regreso a la ciudad y recorrido turístico en el mismo con almuerzo incluido.

Retorno a la hostería, cena y diversión nocturna en bares o discotecas (opcional)

Día 3

Desayuno 07H00 A 10H00. Salida de la hostería hacia el centro de interpretación de la operadora en donde cada pasajero cogerá su bicicleta para dirigirse a la travesía de la Ruta del Trapiche (el turista podrá involucrarse en la extracción del jugo de caña y degustarlo). Se dejan las bicicletas y empieza el recorrido por la zona con la observación de flora y fauna. Regreso a la hostería para almorzar y se hará el respectivo check out.

Retorno a la ciudad de Guayaquil.

2) PAQUETE TURÍSTICO - OPCIÓN NO. 2

EXT-GYE-002

Bucay, Adrenalina al máximo

La verdadera aventura a tu alcance

2D/1N

El paquete incluye:

- Servicio de transporte Guayaquil – Bucay – Guayaquil
- Servicio de guianza profesional de turismo
- Alojamiento una noche en la Hostería Casa de Piedra, categoría turista, en habitaciones compartidas
- Alimentación (1 desayuno, 2 almuerzos y 1 cena)
- Seguro de viaje

- Práctica de deportes de aventura / extremos (kayak, canyoning)
- Equipos deportivos
- Visita a atractivos turísticos naturales del cantón Bucay (Río Chimbo)
- Visita cascada Piedra Blanca
- Entradas previstas en el itinerario
- Bebidas no embotelladas

El paquete no incluye:

- Bebidas alcohólicas
- Entradas a centro de diversión nocturna
- Servicios no especificados en el paquete

Notas Importantes:

- ✓ Tarifas sujetas a cambio sin previo aviso
- ✓ Confirmar previa cancelación total del servicio
- ✓ Descuento 50% tercera edad
- ✓ En caso de problemas naturales el tour se programará para otra fecha
- ✓ Se aceptan tarjetas de crédito
- ✓ Por cada 15 pasajeros se otorga una gratuidad
- ✓ La tarifa no es reembolsable
- ✓ El descenso de las cascadas se lo hará dependiendo del grado de dificultad que escoja cada grupo

Recomendaciones:

- Llevar cámara fotográfica
- Ropa cómoda y ligera
- Repelente, gorra, zapatos deportivos
- El tour guía dará alguna otra recomendación que no esté especificada
- Realizar deportes extremos una hora después de haber ingerido alimentos.

Itinerario

Día 1

Salida 07H00 desde Guayaquil hacia el cantón Bucay. Traslado a dejar el equipaje a la Hostería “Casa de Piedra” ubicado en el Recinto la Esperanza, para posteriormente dirigirse a la sala de interpretación de la operadora en donde el guías hará una charla de inducción de aproximadamente 10 minutos antes de emprender la aventura.

Salida hacia el Río Chimbo que se encuentra junto al malecón en donde se equiparán y se hará kayak. Después se servirá un refrigerio. El tiempo aproximado para este deporte será de aproximadamente 1h30 minutos. Recorrido por el centro de la ciudad

Almuerzo en el Restaurante “Liz Miranda” de comida típica luego de regreso a la Hostería en donde tendrán la tarde libre.

En la noche la cena y después diversión nocturna en bares o discotecas (opcional)

Día 2

Desayuno 07H00 A 10H00. Salida de la hostería hacia el centro de interpretación de la Operadora en donde se equiparán para realizar canyoning y luego recibirán una charla sobre el uso de cada equipo y la conservación de la naturaleza. Salida hacia la Cascada Piedra Blanca que se destaca la actividad de turismo de aventura y deportes extremos como rappel en cascadas, trekking entre otros, desarrollo de la actividad, se podrá disfrutar de la diversidad de flora y fauna. Regreso a la hostería para almorzar y se hará el respectivo check out.

Retorno a la ciudad de Guayaquil.

3) EXCURSIÓN TURÍSTICA

EXT-GYE-003

Bucay, Naturaleza y Diversión

Déjate encantar por la magia de la naturaleza

8 horas

El paquete incluye:

- Servicio de transporte Gye – Bucay – Gye
- Servicio de guianza profesional de turismo
- Un almuerzo (comida típica del lugar)
- Seguro de viaje
- Trekking y /o bicicleta de montaña
- Equipos para trekking y/o bicicleta
- Observación de flora y fauna
- Visita Bosque Húmedo de la Esperanza
- Balneario Natural Chague
- Entradas previstas en el itinerario
- Bebidas no embotelladas

El paquete no Incluye:

- Bebidas alcohólicas
- Servicios no especificados en el paquete
- Gastos extras no especificados en el programa

Notas Importantes:

- ✓ Tarifas sujetas a cambio sin previo aviso
- ✓ Confirmar previa cancelación total del servicio
- ✓ Descuento 50% tercera edad
- ✓ En caso de problemas nacional el tour se programará para otra fecha
- ✓ Se aceptan tarjetas de crédito
- ✓ Por cada 15 pasajeros se otorga una gratuidad
- ✓ La tarifa no es reembolsable

Recomendaciones:

- Llevar cámara fotográfica
- Ropa cómoda ligera
- Repelente, gorra, zapatos deportivos
- El tour guía dará alguna otra recomendación que no esté especificada
- Llevar ropa extra
- Terno de baño
- Realizar deportes extremos una hora después de haber ingerido alimentos.

Itinerario

Salida 07H00 desde Guayaquil con destino al centro de interpretación de la operadora en Bucay para recibir una charla de inducción de aproximadamente 10 minutos dada por el guía, luego cada uno se equipará con los respectivos implementos de seguridad y las bicicletas para empezar la aventura de senderismo o bicicleta de montaña (opcional)

Salida hacia el Bosque Húmedo de la Esperanza en donde empieza la travesía guiada por guías profesionales de turismo disfrutando de la armonía de la naturaleza y la observación de la diversidad de su flora y fauna. Luego visitará el Balneario Natural Chague ubicado a 1 Km del área urbana, aquí podrán disfrutar de un baño en un lugar de agua cristalina, rodeado de árboles de teca y caña guadua .

Retorno a la ciudad y almuerzo en el Restaurante “Liz Miranda” de comida típica

Regreso a Guayaquil

4) TOUR

EXT-GYE-004

Bucay, Aventura Extrema

Diversión, aventura y naturaleza en un solo destino

5 horas

El paquete incluye:

- Servicio de transporte Gye – Bucay – Gye
- Servicio de guianza profesional de turismo
- 1 almuerzo típico
- Seguro de viaje
- Práctica de deportes de aventura / extremos (rappelling)
- Equipos deportivos
- Visita a la cascada Piedra Blanca y Cascada Agua Clara
- Observación de flora y fauna
- Entradas previstas en el itinerario
- Bebidas no embotelladas

El paquete no incluye:

- Bebidas alcohólicas
- Servicios no especificados en el paquete

Notas Importantes:

- ✓ Tarifas sujetas a cambio sin previo aviso
- ✓ Confirmar previa cancelación total del servicio
- ✓ Descuento 50% tercera edad
- ✓ En caso de problemas nacional el tour se programará para otra fecha
- ✓ Se aceptan tarjetas de crédito
- ✓ Por cada 15 pasajeros se otorga una gratuidad
- ✓ La tarifa no es reembolsable

En este paquete tendrá la opción de escoger el deporte que el grupo desea realizar cuya variación de las tarifas será mínima de acuerdo a la actividad que se desarrolle

Recomendaciones:

- Llevar cámara fotográfica
- Ropa cómoda y ligera
- Repelente, gorra, zapatos deportivos
- El tour guía dará alguna otra recomendación que no esté especificada

Itinerario

Salida 07H00 desde Guayaquil, arribo a las 08H30 al Cantón Bucay donde se trasladará al centro de interpretación de la operadora para recibir una charla de inducción de aproximadamente 10 minutos dada por el guía, luego cada uno se equipará con los respectivos implementos de seguridad para realizar los deportes

Salida hacia la Cascada Piedra Blanca que se destaca la actividad de turismo de aventura y deportes extremos como rappel en cascadas, senderismo entre otros, desarrollo de la actividad, se podrá disfrutar de la diversidad de flora y fauna. Luego se visitará la Cascada de Agua Clara represa y balneario de cristalinas aguas.

Retorno a la ciudad y almuerzo en el Restaurante “Liz Miranda” de comida típica

Regreso a Guayaquil

2.14.1.2 Precio

El precio es el valor del mercado de los bienes o servicios que un consumidor o comprador está dispuesto a pagar para obtenerlos.

La determinación del precio junto al producto ofrecido por la operadora son las dos decisiones más estratégicas e importantes hay dentro del marketing mix. El valor que los consumidores le otorguen al producto o servicio será el precio máximo que este se pueda colocar es decir el valor que se determine a cada paquete será también la forma que lo perciban los clientes mientras que

los costos determinaran el nivel mínimo de precio. Es un factor fundamental que influye en las ganancias que percibirá la operadora.

El valor que se le asigne a cada producto es importante porque si para la gente es muy “caro” es probable que no lo adquiera, por lo cual se hace necesario comparar precios con productos similares que se oferta en el mercado, el mismo que debe ser competitivo y determinar un precio adecuado.

Los precios se han calculado en base a los siguientes factores:

- En base a los costos fijos y variables del producto turístico
- Precios de la competencia
- Los precios están calculados en base a 15 pasajeros.
- De acuerdo a las percepciones de valores de los compradores determinados en el estudio de mercado
- Se establece el 5% para imprevistos para casos fortuitos
- La tarifa incluye el 12% de IVA están incluidos en cada producto
- Está incluido el 10% de comisiones pagadas para vendedores.
- Y se determinará el 30% de utilidad

A continuación se presenta una tabla con el precio de cada paquete turístico cuyos valores han sido redondeados para mayor comodidad. **Anexo 5**

Tabla No 2. Precio de Productos Turísticos

No.	Producto	Tarifa por persona
1	Paquete Turístico Opción 1 Bucay, Paraíso de Aventura	\$ 100,00
2	Paquete Turístico Opción 2 Bucay, Adrenalina al Máximo	\$ 62,00
3	Excursión Turística Bucay, Naturaleza y Diversión	\$ 28,00
4	Tour Bucay, Aventura Extrema	\$ 22,00

2.14.1.2.1 Políticas de Descuentos y Cobros

Descuentos: Se tiene como objetivo vender grandes volúmenes para lo cual se ofrecerá descuentos a grupos mínimos de 15 pasajeros del 10% sobre el

precio de los paquetes, es decir, se descontará un porcentaje a medida que aumenten los paquetes vendidos.

Se ofrecerá una gratuidad por cada 15 pasajeros que contraten el servicio.

Los clientes tendrán la opción de cancelar en efectivo o por tarjeta de crédito a 3 meses sin intereses.

2.14.1.3 Plaza

Es una de las variables de marketing mix cuya función básica es de la organización de la distribución física de los productos, se refiere a los lugares donde se oferta el producto y a los canales de distribución formados por intermediarios que ponen el producto a disposición del consumidor final en el momento que él lo necesite y el lugar donde desee adquirirlo.

A mayor cantidad de plazas o sitios donde el consumidor pueda adquirir los productos o servicios que se están ofertando mayor será el volumen de ventas.

Los lugares donde se van a distribuir y por ende a comercializar los productos se deben tomar en cuenta factores elementales como: facilidad de acceso, estacionamiento, servicios básicos, etc.

Físicamente se comenzará con una pequeña oficina ubicada en las calles Víctor Manuel Rendón y Rumichaca.

También, se contará con un local en el centro del Cantón Bucay que funcionará como punto de partida para las actividades a desarrollar y como punto de venta y comercialización donde se atenderá a los clientes que se acerquen a la misma en busca de información y requiriendo de los servicios ofertados.

Extreme Tours contará con una página web, donde se describen los servicios que se ofrecen y los precios de cada paquete.

Se utilizará como plaza: Hoteles y Agencias de Viajes que puedan referir los productos turísticos diseñados, a quienes se les reconocerá el 10 % de comisión.

2.14.1.3.1 Zona de influencia del proyecto

Se escogieron estas zonas para el funcionamiento de Extreme Tours porque es un sector accesible para los clientes potenciales y el público en general por ende será fácil encontrar las oficinas y adquirir los servicios, de esta manera se pretenderá cubrir una demanda que actualmente carece de una correcta promoción y oferta en el Cantón Bucay.

2.14.1.3.2 Canales de distribución

Como canal directo se tendrá a los promotores turísticos (asesores comerciales) que ofrecerán los paquetes mediante ventas directas y personales, correo electrónico, redes sociales etc. Dentro de los canales de distribución de los servicios se contará con agencias de viajes minoristas, hoteles, universidades, colegios, club deportivos que actuaran como socios estratégicos para dar a conocer la operadora orientada al turismo de aventura debido a que estos actúan interdependiente y participan en el proceso de accesibilidad a los clientes.

2.14.1.4 Promoción

Según Bonta, Farber (2002) promoción “Es el conjunto de técnicas integradas en el plan anual de marketing para alcanzar los objetivos específicos, a través de diferentes estímulos y de acciones limitadas en el tiempo y en el espacio, orientados a públicos determinados”, es decir, comunica, informa y da a conocer o hace recordar la existencia de un producto a los consumidores, a su vez persuade, estimula, motiva a la compra o consumo de un bien o servicio.

Es importante considerar ciertas acciones y medios que se usarán para la promoción de un producto o servicio que se ofertará en el mercado meta.

Para ello, es necesario tomar en cuenta el uso de recursos tecnológicos, ya que brindan la oportunidad de llegar al turista de una forma más rápida.

La venta de servicios representa un gran reto en el momento de comercializarlo debido a su intangibilidad, más aún en el campo turístico. En

esta variable del marketing mix se encargará de comunicarle a la gente que se está presente en el mercado, por lo cual se debe transmitir la información en medios adecuados para que sea vista por los clientes que se sabe que podrían adquirir los servicios.

La operadora turística pretende iniciar sus operaciones con campañas de publicidad ya sea con:

- Folletería (volantes, trípticos etc.) una manera sencilla y rápida de despertar el interés de las personas.

La folletería se entregará a turistas que lleguen a Bucay por sus medios y requieran información, así mismo se planificará visitar universidades y colegios, puntos estratégicos de Guayaquil para entregar la folletería. Principalmente se entregarán trípticos con información relevante de la operadora y los servicios que se oferta (misión, visión, diferentes paquetes e imágenes de los destinos a visitar, números de servicio al cliente, etc.).

- Página web.- es un medio rápido que hoy en día es utilizado por la mayoría de las personas más aún en el mundo del turismo

Mediante la creación de una página web se accederá al turistas nacionales y extranjeros los mismos que podrán encontrar características de los servicios, videos de los deportes de aventura, galería de imágenes de las actividades realizadas, tarifas y rutas de los diferentes destinos turísticos, además la página web tendrá como herramienta un contador de visitas para así tener información de los resultados que está generando la publicidad y promoción mediante la página web.

- Medios de comunicación escrita (revistas, periódicos) puesto que son medios eficaces en transmitir información.

Se harán anuncios pautados en las revistas de turismo, así como en la revista dominical de Diario el Universo periódico popular leído por la mayoría de las personas en la ciudad.

- Uso de correo electrónico y redes sociales (facebook, twitter etc.)

Se publicará los servicios ofrecidos, fotos, videos donde el cliente podrá informarse y tendrá la oportunidad de opinar y dar su punto de vista.

- Relaciones públicas

Cumplen una función directa que mantiene y establece relaciones mutuamente beneficiosas y positivas fortaleciendo los vínculos con todos los públicos, esta rama de la comunicación mantendrá la imagen positiva de la operadora. Para lograr lo anteriormente mencionado es fundamental participar en la promoción turística organizada a nivel nacional, exposiciones, participar en ferias como la FITE (Feria Internacional de Turismo en el Ecuador), conferencias entre otros eventos.

- Afiches publicitarios

Otra alternativa de promocionar la operadora es mediante rótulos para los vehículos con el logo y slogan de la operadora que pueden ser entregados en las estaciones de peaje, en las oficinas donde se encuentra la operadora o en vías de acceso a la zona de influencia.

- Gráficos de apoyo

Se podrá utilizar como gráficos de apoyos a las tarjetas de presentación que tendrán información elemental de la operadora como teléfonos, correo electrónico, dirección, persona de contacto y logo.

- Artículos promocionales (camisetas, gorras)

El uso de las camisetas y gorras por parte de los guías y promotores turísticos serán parte del uniforme pero a su vez sería una manera de promocionar a la operadora a través de esto. Los materiales con que se elaborarán serán tipo polo, de algodón cuyo logo estará estampado en el centro de la camiseta y en la gorra el logo irá bordado en la parte del centro. **Ver Anexo 6**

Una de la forma más eficiente de promocionar la operadora es mediante el marketing directo que puede ser las referencias u opinión de boca en boca para esto es fundamental cumplir con las expectativas de los clientes brindando un excelente servicio satisfaciendo sus necesidades.

CAPÍTULO III

ESTUDIO TÉCNICO

El estudio técnico se basa en un análisis de la función de producción determinando las especificaciones técnicas y todo lo que comprende el funcionamiento y operatividad del proyecto, indicando los insumos y recursos utilizados proporcionando información que permite cuantificar el monto de inversiones y el costo de operación y cumplir el objetivo previsto de manera efectiva y eficiente.

3.1 Proceso del servicio

Es importante elaborar un proceso integrado donde los elementos que intervienen en el proceso de entrega del servicio como en su ejecución estén alineados hacia el mismo objetivo y actúen con las mismas políticas por lo cual cada paso dentro del proceso es fundamental para el logro de las metas de la operadora y así llegar a la satisfacción deseada por los clientes.

Este proceso es un conjunto de varias actividades vinculadas entre ellas que parten de uno o más inputs (entradas), se transforma y por último genera un output (resultado)

3.1.1 Proceso de entrega de servicio

3.1.1.1 Servicio al cliente

1. Inicio
2. Revisión en la base de datos de los clientes atendidos sino proceder a ingresar al nuevo cliente
3. Sugerencia de información con respecto a los servicios ofertados
4. Aceptan la información
5. Entrega de información
6. Decisión del cliente si desea adquirir algún servicio

3.1.1.2 Venta de paquetes

1. Inicio
2. Requerimiento del paquete turístico
3. Entrega de información sobre los paquetes turísticos
4. El cliente recibe la información
5. Decisión del cliente si elige tomar algún servicio (paquete)
6. Si este lo confirma se procede a vender
7. Cobro del precio
8. Factura
9. Recomendaciones para las actividades a realizar
10. Fin

3.1.1.3 Ejecución de las actividades

1. Inicio
2. Revisión de la base de datos para proceder a ver los turistas confirmados para la operación
3. Asignación del guía y transportista
4. Entrega de información sobre el grupo a cargo
5. Recibo de información por parte de los guías y transportistas
6. Recogida de turistas
7. Transporte de turista al lugar que será el punto de partida para las operaciones
8. Recomendaciones para iniciar las actividades
9. Desarrollo de las actividades
10. Fin

3.2 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto ha sido definido por la capacidad real de producción de acuerdo a la demanda existente determinada en el estudio de mercado y a las rutas diseñadas que son cuatro. Considerando que existen temporadas altas y bajas debido a diferentes factores se ha establecido el 65% de la capacidad máxima (cantidad de unidades anuales) para las temporada alta y el 35% de la capacidad máxima para la temporada baja.

Por lo tanto, cual la capacidad máxima que la operadora venderá dentro del escenario base es de 11400 paquetes anuales.

3.3 Localización

La ciudad de Guayaquil y el cantón Bucay son los lugares en los que se ha decidido emprender el presente proyecto y son lugares ideales para la implementación de una operadora orientada al turismo de aventura cuyas oficinas serán el punto de encuentro entre el turista y la operadora.

La cual estará distribuida de la siguiente manera:

Extreme Tours contará con una oficina principal en la ciudad de Guayaquil en donde se realizarán todas las actividades de comercialización, financieras, administrativas y de marketing de la operadora ya que esta ciudad es un destino base que cuenta con un gran número de llegada de turistas, es una de las ciudades con mayor actividad comercial y hay facilidad en la obtención de los insumos y una utilización buena de los canales de distribución.

La otra oficina estará localizada en el cantón Bucay que se destinará también para la comercialización de los servicios ofertados, así como para el almacenamiento de los equipos deportivos y para la operación de cada una de las actividades puesto que este lugar será el punto de partida de cada una de las actividades a realizar.

3.4 Ubicación

La oficina en Guayaquil estará ubicada en la zona céntrica de la ciudad exactamente en las calles Víctor Manuel Rendón y Rumichaca, la cual es de fácil acceso al público en general, cuenta con todos los servicios básicos, sus instalaciones tienen varias conexiones para las computadoras, es un lugar amplio y accesible a las personas.

La oficina en Bucay estará ubicada también en la zona céntrica del cantón puesto que es en donde se observa mayor actividad comercial y de turistas, se encontrará en la Avenida Eloy Alfaro No 265, cuenta con los servicios básicos como luz, agua y teléfono.

3.5 Costos de alquiler de oficina

Los costos del alquiler de las oficinas requeridas y utilizadas por la operadora turística tanto en Guayaquil destinada básicamente para la comercialización y en Bucay destinada para comercialización, bodega de equipos y operación son: **Ver Anexo 7**

Tabla No. 3 Costos de Alquiler de Oficina

Alquiler	
Oficina Guayaquil	\$ 450,00
Oficina Bucay	\$ 150,00
Total	\$ 600,00

La oficina en Guayaquil estará diseñada de la siguiente manera:

- Servicio al cliente donde se encontraran dos de nuestros promotores turísticos encargados de informar al turista sobre el servicio ofertado y comercializarlos.
- En la misma área se encontrará una sala de estar diseñada para la comodidad de los clientes en donde podrán entretener viendo imágenes y videos del destino turístico a visitar a través del televisor ubicado en el lugar
 - Contará con dos baños tanto para hombres como para mujeres
 - Un departamento de gerencia y área contable.
 - Sala de sesiones que servirá para reuniones de la operadora

La oficina en Bucay contará con:

- Un área de información y venta del servicio
- El aérea de interpretación donde se dictaran las charlas
- Una sala de estar para comodidad de los visitantes
- Contará con dos baños para hombres y mujeres
- En la parte posterior habrá una bodega para almacenar los equipos

3.6 Inversiones en Equipamiento

3.6.1 Requerimientos de Equipos y herramientas deportivos

Para iniciar el proyecto se necesitarán los siguientes equipos y herramientas necesarias para las actividades que se desarrollaran como parte de los servicios ofertados que son deportes de aventura.

Tabla No. 4 Requerimientos de Equipos y herramientas deportivos

EQUIPOS Y HERRAMIENTAS DEPORTIVOS			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
CANNYONIG / RAPPEL			
CASCOS BLACK DIAMOND	8	\$35,00	\$280,00
SILVATOS	2	\$2,50	\$5,00
GUANTES	16	\$6,00	\$96,00
TRAJES NEOPRENO	8	\$188,00	\$1.504,00
POLEAS (MOSQUETONES) OVALADAS	8	\$22,00	\$176,00
POLEAS (MOSQUETONES) WILLIAMS	32	\$33,50	\$1.072,00
DESCENSORES (SÚPER 8)	8	\$15,00	\$120,00
CUERDAS STATIC HTP 11mm			\$45,00
CUERDAS FUSION NITRO 9,8 mm x 50 m			\$900,00
ZAPATOS PARA AGUA	8	\$15,00	\$120,00
ARNESES BLACK DIAMOND ALPINE BOD	8	\$42,60	\$340,80
CICLISMO DE MONTAÑA			
GUANTES	8	\$12,00	\$96,00
BICICLETAS	8	\$220,00	\$1.760,00
CASCOS PARA CICLISMO	8	\$32,00	\$256,00
RODILLERAS	8	\$35,00	\$280,00
CODERAS	8	\$39,00	\$312,00
KAYAK			
REMOS O PALAS	10	\$23,00	\$230,00
KAYAK YASUNÍ DOBLE SALANGO	5	\$1.290,00	\$6.450,00
TUBING			
CHALECOS SALVAVIDAS	12	\$32,00	\$384,00
TRAJES DE NEOPRENO	12	\$188,00	\$2.256,00
CASCOS PARA TUBING	12	\$25,00	\$300,00
TUBOS PARA TUBING	15	\$15,00	\$225,00
EQUIPO DE APOYO			
BINOCULARES	3	\$45,00	\$135,00
EQUIPO DE PRIMEROS AUXILIO	1	\$300,00	\$300,00
SEÑALES DE EMERGENCIA	1	\$13,60	\$13,60
RADIOS INTERCOMUNICADORES	3	\$70,00	\$210,00
BRÚJULAS	4	\$32,00	\$128,00
TOTAL			\$17.994,40

3.6.2 Vehículo

Se requerirán dos vehículos tanto para el traslado de los turistas de un lugar a otro como el traslado de ciertos equipos para realizar los deportes de aventura e los destinos fijados.

A continuación se detallan los siguientes:

Tabla No. 5 Requerimiento de Vehículos

VEHÍCULOS			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
CAMIONETA CHEVROLET DOBLE CABINA	1	\$24.000,00	\$24.000,00
MINI BUS CHEVROLET	1	\$42.000,00	\$42.000,00
TOTAL			\$66.000,00

3.6.3 Requerimientos de muebles y enseres

Se necesitara ciertos muebles y enseres para equipar cada una de las oficinas y empezar a operar los cuales se detallan a continuación:

Tabla No. 6 Requerimientos de Muebles de Oficina

MUEBLES DE OFICINA			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
SILLAS EJECUTIVAS	3	\$80,50	\$241,50
SILLAS PEQUEÑAS	20	\$22,00	\$440,00
SOFA GRANDE	1	\$600,00	\$600,00
SOFA PEQUEÑO	2	\$90,00	\$180,00
MESA PEQUEÑA DE CENTRO	1	\$120,00	\$120,00
ARCHIVADORES AEREOS	2	\$83,00	\$166,00
MANPARA POR METRO CUADRADO	5	\$70,15	\$350,75
MUEBLE DE RECEPCIÓN / COUNTER	1	\$250,00	\$250,00
ESCRITORIOS	2	\$149,00	\$298,00
TOTAL			\$2.646,25

3.6.4 Requerimientos de equipos de oficina y computación

Para la operación de las actividades de Extreme Tours se requieren ciertos equipos de oficina e informáticos acordes para el desempeño eficaz de la operadora los cuales se detallan a continuación:

Tabla No. 7 Requerimientos de equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
TELÉFONO FAX PANASONIC	2	\$145,00	\$290,00
TELÉFONO CELULAR	1	\$35,00	\$35,00
DISPENSADOR DE AGUA	3	\$80,00	\$240,00
ACONDICIONADORES DE AIRE	3	\$495,00	\$1.485,00
TELEVISOR LCD 29'	1	\$339,00	\$339,00
DVD	1	\$130,00	\$130,00
EQUIPO DE SONIDO SONY CINE	1	\$350,00	\$350,00
PROYECTOR	1	\$450,00	\$450,00
ENFRIADOR DE BEBIDAS	1	\$750,00	\$750,00
CAFETERA	1	\$1.490,00	\$1.490,00
TOTAL			\$5.559,00

Tabla No. 8 Requerimientos de equipos de computación

EQUIPOS DE CÓMPUTO			
RUBRO	CANTIDAD	C. UNITARIO	C. TOTAL
COMPUTADORA ACER TODO EN UNO	2	\$475,00	\$950,00
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	2	\$99,00	\$198,00
TOTAL			\$1.148,00

CAPÍTULO IV

ESTUDIO ORGANIZACIONAL

En este capítulo permitirá identificar y cuantificar el talento humano necesario para llevar a cabo el proyecto, así como considera la planeación e implementación de una estructura organizacional con aspectos comerciales, laborales, tributarios etc.

Se determinarán los diferentes niveles jerárquicos con sus respectivas responsabilidades organizacionales mediante un organigrama, analizará los aspectos legales en cuanto al tipo de sociedad y cuáles son las normas que debe cumplir la operadora acorde a los reglamentos fijados.

4.1 Tipo de empresa

Razón Social: Operadora de Turismo de Aventura

Nombre Comercial: Extreme Tours

RUC: 0924987969001

Dirección: Víctor Manuel Rendón y Rumichaca

Teléfonos: 2849220 - 099319648

Correo Electrónico: extremetours@hotmail.com

Constitución Jurídica: Sociedad Anónima

La empresa se ha constituido bajo el cuerpo legal de Sociedad Anónima; es decir, constituida por un capital social propio aportado íntegramente por sus accionistas y dividido en dos partes iguales por acciones.

La Operadora Turística, será un prestador de servicios para el público en general y agencias de viajes minoristas Extreme Tours creada, legal y organizadamente en Guayaquil, con su Operación en Bucay.

4.2 Misión

Ofrecer paquetes turísticos innovadores especializados en turismo de aventura en Bucay, un destino ideal donde el turista experimentará nuevas aventuras en armonía con la naturaleza manteniendo la conservación del entorno, con guías especializados y capacitados que garanticen la total satisfacción y seguridad del turista durante su viaje.

4.3 Visión

Ser una Operadora líder y la más reconocida en ofrecer tours, excursiones y paquetes de turismo de aventura en Guayaquil captando la preferencia de turistas nacionales y extranjeros con un personal capacitado y comprometido a responder eficaz y eficientemente las inquietudes y necesidades del turista

4.4 Metas

- Ofrecer un buen servicio cumpliendo con todos los estándares de calidad en los productos y servicios.
- Integrar a entidades gubernamentales (Municipio de Bucay, Prefectura del Guayas Subsecretaría de Turismo del Litoral) a formar parte del proyecto y establecer alianzas estratégicas para la promoción del cantón.
- Expandir la operadora con nuevas oficinas en otras ciudades del país.
- Fomentar la actividad turística y promover al cantón Bucay como destino ideal para la práctica de turismo de aventura.
- Mejorar la oferta para incrementar la demanda turística del cantón
- Fomentar fuentes de trabajo para mejorar la calidad de vida de los habitantes, sin alterar el medio.

4.5 Valores

1. **Respeto.-** Es un valor básico que induce a sostener y promover permanentemente relaciones humanas cordiales, respetuosas y armoniosas con los clientes proveedores, jefes, colaboradores y compañeros de trabajo. Así como, respetar la diversidad de opiniones e ideas dentro de la empresa

reconociendo el dialogo y comunicación como herramienta fundamental para la solución de conflictos y diferencias.

2. **Responsabilidad y Profesionalismo.-** Es el compromiso, seriedad, constancia, involucramiento, entrega, dedicación y esmero que cada integrante del equipo de trabajo debe imprimir a sus funciones y, buscando sumarse a la misión de la Operadora.
3. **Honestidad.-** La operadora estará regida por este valor donde los miembros interactúen de forma ética y profesional con todas las personas, clientes y proveedores actuando correctamente conforme a las normas y principios de la operadora.
4. **Confianza.-** En que realizamos de la mejor manera cada una de las actividades, ofreciendo servicios de calidad con un equipo de trabajo altamente capacitado y experimentado teniendo como resultado la satisfacción de nuestros clientes.
5. **Compromiso.-** El equipo de trabajó cumplirá eficaz y eficientemente las tareas asignadas, con gusto, optimismo y plenitud de entrega y poniendo en práctica las habilidades, destrezas, conocimientos y aptitudes para lograr con entusiasmo y dinamismo los objetivos propuestos.

4.6 Objetivo general de la operadora

Lograr el reconocimiento como líderes en la oferta de paquetes turísticos de aventura en el cantón Bucay en calidad de servicio para satisfacer las expectativas de los turistas e incrementar nuestra rentabilidad.

4.6.1 Objetivos específicos

- Mejorar la oferta de los servicios para alcanzar un 100% de satisfacción de los turistas en los primeros 6 meses
- Incrementar las ventas anuales en un 10%
- Atraer nuevos turistas realizando promociones y publicidad

4.7 Organigrama

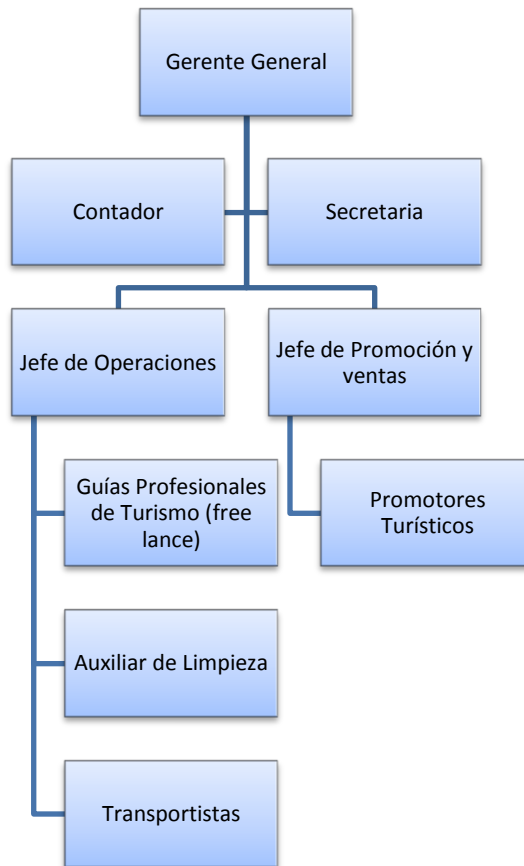


Gráfico No. 12 Organigrama de la Operadora

Fuente: Autora del Proyecto

4.7.1 Distribución de funciones y responsabilidades

Gerente General

Es el encargado de la dirección y administración de la empresa, el cuál ejerce funciones tales como:

- Planificar, organizar y supervisar tours, excursiones y paquetes turísticos.
- Realizar programas operacionales de servicio y abastecimiento
- Controlar y realizar el presupuesto general de los gastos anuales, buscando alternativas financieras con el objeto de mejorar la liquidez de la empresa

- Autorizar contratos que sean necesario para el desarrollo de las actividades de la Operadora y gestionar ventas corporativas
- Supervisar las funciones y obligaciones del personal
- Orientar a la Operadora a lograr sus objetivos y cumplir cada una de las metas
- Representante legal de la empresa
- Ejercer funciones de relaciones públicas
- Supervisar todas las actividades operativas y administrativas
- Atender a los clientes y proveedores así como realizar la contratación con los mismos
- Revisar y verificar los estados financieros de la Operadora
- Coordinar las actividades en general de la Operadora
- Concientizar al personal para que los bienes, equipos y herramientas sean bien utilizados
- Informar la situación actual de la Operadora a cada uno de los departamentos

Perfil Gerente General

Edad: 25 en adelante

Sexo: Indistinto

Educación: Indispensable título de Ingeniería / Licenciatura o Ingeniería en Turismo / Administración de Empresas o carreras afines

Mínimo 3 años de experiencia

Conocimientos:

- Idiomas uno de ellos el inglés intermedio
- Cultura general
- Marketing Turístico
- Dominio de diseño, programación y desarrollo de paquetes turísticos
- Investigación de Mercados

- Leyes y normas
- Administración de empresas

Cualidades : Trabajo en equipo, buena comunicación, proactivo, liderazgo, aptitud en la toma de decisiones, creatividad, sentido de negociación y de rentabilidad, honestidad, espíritu metódico y organizado.

Contador

Es el encargado de llevar las obligaciones tributarias y financieras según la ley y ejerce las siguientes funciones

- Llevar toda la contabilidad de la Operadora
- Controlar gastos e ingresos de la Operadora
- Preparar informes sobre el estado financiero de la Operadora
- Verifica los procedimientos de los registros contables
- Ejecuta los inventarios físicos de materiales
- Atención a los fiscalizadores de Superintendencia de Compañías y Seguro Social.
- Registrar proveedores de servicios turísticos
- Administrar los recursos organizacionales
- Realizar los pagos correspondientes con respecto a los sueldos del personal, liquidación de vacaciones y otros
- Realizar todas las gestiones y pagos de acuerdo a las obligaciones fiscales como aportaciones, declaración del impuesto y otros.

Perfil del Contador

Edad: 25 a 45 Años

Sexo: Indistinto

Educación: Indispensable título de Contador Público Autorizado (CPA) / Título universitario en Finanzas, Administración o Economía

Experiencia: 1 - 2 años de experiencia en cargos contables ó financieras

Conocimientos:

- Contabilidad general
- Herramientas de contabilidad

- Normas legales
- Conocimiento de regulaciones tributarias
- Manejo de programas de office
- Manejo de formularios nóminas y plantillas contables

Cualidades: Trabajo en Equipo, buena comunicación, honestidad, pro actividad, habilidad organizacional, trabajo bajo presión.

Secretaria

También llamada auxiliar administrativa es la persona que se ocupa de la realización de actividades elementales de la oficina y colabora con cada uno de los departamentos, cuyas funciones son:

- Asistir al gerente general y requerimientos del personal administrativo
- Recibir mensajes y correspondencias dirigidos a la Operadora
- Entregar los mensajes y correspondencias a los diferentes departamentos
- Reportar cualquier anomalía suscitada en la operadora tanto en equipos, bienes o en el personal
- Operar una central telefónica contestando y recibiendo llamadas conectándolas a cada extensión
- Manejar el fondo de caja chica
- Atención al público dándole la respectiva información requerida
- Anotar cada una de las llamadas realizadas y recibidas por el personal
- Mantener en orden los archivos de la Operadora

Perfil de la Secretaria

Edad: 25 a 30 Años

Sexo: Femenino

Educación: Indispensable título de Secretaria Comercial (preferible bilingüe)

Experiencia: 1 - 2 años de experiencia

Conocimientos:

- Manejo Completo en Computación
- Dominio del idioma inglés
- Conocimiento sobre emisión de documentos legales y cupones relativos de viajes
- Buenos conocimientos sobre turismo
- Relaciones públicas, publicidad y promoción en ventas

Cualidades: Buena comunicación, honestidad, pro actividad, trabajo bajo presión, aptitud para relaciones públicas

Jefe de Operaciones

Es el responsable del control de las actividades diarias de la operadora el cual cumple las siguientes funciones:

- Informar a la gerencia sobre el mercadeo turístico de la zona
- Elaborar nuevos circuitos turísticos, así mismo nuevas opciones de tours, excursiones y paquetes
- Dirigir el trabajo de los guías y coordinar los programas y actividades
- Coordinar alianzas con otras empresas turísticas y proveedores turísticos
- Supervisar y controlar las políticas y estrategias a implementarse
- Controlar debidamente el uso de los equipos, herramientas y recursos materiales empleados en cada una de las actividades a desarrollarse se encuentren en sus niveles óptimos
- Planificar las campañas de promoción con el jefe de mercadeo
- Verificar los informes con el jefe de ventas

Perfil del Jefe de Operaciones

Edad: 25 años en Adelante

Sexo: Indistinto

Educación: Título de Ingeniería / Licenciatura en Turismo / Administración de Empresas o carreras afines

Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia

Conocimientos:

- Conocimiento de Idiomas (Mínimo inglés)
- Manejo de programas de computación
- Relaciones públicas, publicidad y promoción en ventas
- Dominio de diseño, programación y desarrollo de paquetes turísticos

Cualidades: Carisma, responsabilidad, honestidad, pro actividad, trabajo en equipo, liderazgo, buena comunicación.

Jefe de Promoción y Ventas

Es el encargado de supervisar el manejo de la publicidad y manejo de las ventas de la Operadora sus funciones son:

- Informar a la gerencia el mercadeo turístico del sector
- Analizar a la competencia
- Aplicar técnicas de ventas y mercadeo
- Verificar los informes de las ventas realizadas
- Elaborar los presupuestos de la publicidad y ventas
- Establecer normas de ventas en los paquetes turísticos a ofrecer
- Planificar las campañas promocionales
- Selección de los medios de comunicación
- Aplicar técnicas de organización y distribución

Perfil del Jefe de Promoción y Ventas

Edad: 25 años en Adelante

Sexo: Indistinto

Educación: Título de Ingeniería / Licenciatura en Turismo, Ventas o Marketing

Experiencia: Mínimo 2 años de experiencia dentro del área de ventas de preferencia en el Sector Turismo

Conocimientos:

- Conocimiento del Idiomas (Mínimo Inglés)
- Conocimientos en manejo de ventas de cuentas corporativas grandes y ventas medianas y pequeñas
- Manejo de programas de computación
- Dominio de diseño, programación y desarrollo de paquetes turísticos
- Relaciones públicas, publicidad y promoción en ventas

Cualidades: Trabajo en equipo, trabajo bajo presión, buena comunicación, pro actividad, responsabilidad.

Promotores Turísticos

- Promocionar los paquetes turísticos
- Asesorar a los turistas de forma cordial y amable
- Informar de las reservas de los paquetes turísticos
- Elaborar informes de las ventas
- Visitar a las agencias u otras Operadoras que requieran de nuestros servicios
- Revisar y Entregar Equipos / Implementos a los Guías

Perfil del Promotor Turístico

Edad: 20 – 30

Sexo: Indistinto

Educación: Estudiantes o egresados en Ingeniería en Turismo, Ventas, Marketing

Experiencia: En ventas de al menos 1 año

Conocimientos:

- Técnicas de ventas en el área de paquetes turísticos
- Utilitarios Office
- Elaboración de reportes

- Conocimiento de Idiomas (mínimo inglés)
- Relaciones públicas

Cualidades: Orientación de servicio al cliente, trabajar en equipo, buena comunicación, pro actividad, amabilidad y cordialidad con el cliente.

Guía Profesional de Turismo

Es el encargado de dirigir a uno o más turistas nacionales o extranjeros para mostrar, enseñar u orientarlos en cada una de sus visitas cuya función es:

- “Desempeñar las actividades propias de su profesión, de acuerdo a lo previsto por la operadora
- Promover la defensa de los intereses de los turistas
- Suministrar en forma correcta, profesional y veraz, información sobre el patrimonio turístico del Ecuador
- Atender y resolver los problemas que pudieran tener los turistas, durante la permanencia en el lugar visitado.
- Realizar las actividades de instrucción de equipos en cada una de las actividades
- Se encarga del mantenimiento y conservación de los equipos
- Estarán capacitados en atención al cliente y primeros auxilios
- Supervisar el correcto desarrollo de las actividades por parte del turista
- Desarrollar cada una de las actividades y deportes de aventura según su especialidad con responsabilidad y compromiso
- Conocimiento sobre turismo y viajes
- Cultura general²⁸

Perfil del Guía

Edad: 25 en Adelante

Sexo: Indistinto

Educación: Guía Profesional de Turismo especializado

²⁸ Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto No 3400 § Capítulo II (2002)

Experiencia: Mínima 2 años

Conocimientos:

- Primeros auxilios (RCP)
- Deportes de aventura o extremos como: rappel, tubing, kayak, ciclismo de montaña, senderismo, canoping, etc.
- Manejo de Grupos
- Guianza, manejo de cuerdas, arneses
- Conocimiento de idiomas (preferible inglés avanzado)

Cualidades: Trabajo en equipo, buena comunicación, liderazgo, responsabilidad

Auxiliar de Limpieza

Es el encargado de mantener un ambiente limpio y agradable dentro y fuera de las instalaciones donde funciona la operadora cuyas funciones son:

- Asear diariamente las instalaciones
- Realizar reposición de suministros de limpieza
- Desinfectar los servicios sanitarios
- Realizar el reporte de requisición de suministros de limpieza
- Mantener cada uno de los departamento en orden

Perfil del Auxiliar de Limpieza

Edad: 18 en Adelante

Sexo: Indistinto

Educación: Mínimo Bachiller

Experiencia: no necesaria

Conocimientos:

- Limpieza y mantenimiento de oficinas
- Manejo de productos de limpieza industriales

Cualidades: Honestidad, organización y orden.

Transportistas de Turismo

Son los encargados de conducir los vehículos de la operadora cuyas funciones son:

- Transportar al grupo de turistas desde el punto de partida hasta su lugar de destino donde se realizarán las actividades
- Estos estarán capacitados en primeros auxilios y atención al cliente
- Transportar los equipos de seguridad y herramientas necesarias para el desarrollo de cada una de las actividades y deportes a realizarse

Perfil del Transportista

Edad: 25 en Adelante

Sexo: Hombre

Educación: Mínimo Bachiller

Experiencia: Mínimo 3 años (preferentemente en transportación turística) y tenga licencia profesional

Conocimientos:

- Mecánica
- Primeros auxilios
- Atención al cliente

Cualidades: Buena comunicación, responsabilidad y trabajo bajo presión.

4.8 ANALISIS FODA

4.8.1 Fortalezas

1. Profesionales de turismo experimentados y especializados en deportes extremos
2. Seguro de accidentes personales para los turistas
3. Equipos de seguridad nuevos y de calidad
4. Personal responsable encargados de la seguridad de los turistas
5. Oferta de un itinerario innovador y recreativo para el turista.

6. Ubicación cercana a Guayaquil nuestro mercado objetivo
7. Precios accesibles combinados con la calidad de servicios
8. El cantón cuenta con recursos naturales e ideales para el turismo de aventura y práctica de deportes extremos
9. El turista podrá disfrutar de realizar deportes de aventura manteniendo su salud física, mental y espiritual en un entorno natural.

4.8.2 Oportunidades

1. El cantón Bucay es un atractivo turístico nacional
2. Bucay cuenta con un clima templado durante casi todo el año agradable para los turistas
3. Interés en el mercado nacional y extranjero por la práctica de deportes de aventura
4. Incremento de promoción turística por parte de la Subsecretaría de Turismo del Cantón Bucay, y Prefectura del Guayas
5. Oferta variada de atractivos turísticos naturales tales cascadas, montañas y ríos en donde se puede realizar deportes de aventura.
6. Deportes de aventura proyectados por la web una de las vías más accesibles para los turistas que gustan de este tipo de turismo
7. Variedad y nuevas tendencias de deportes de aventura en el mercado
8. La ubicación de la oficina en Guayaquil al ser una ciudad con mayor demanda de turistas

4.8.3 Debilidades

1. Operadora nueva en el mercado
2. Temporada baja en turismo de Enero la mayor parte de las personas de Guayaquil prefieren las playas
3. Falta de oferta de tours privados de Guayaquil a Bucay
4. El costo de los paquetes turísticos dependerán en gran parte de los costos en los equipos e implementos de seguridad utilizados en los deportes de aventura.

4.8.4 Amenazas

1. Daños causados en algunas vías debido a la estación invernal
2. Contaminación de los recursos naturales
3. Crisis económica de los turistas
4. Contravención de las normas ambientales y no tomar las medidas necesarias para la preservación y conservación de la naturaleza
5. Falta de promoción de turismo de aventura en el cantón
6. En época de lluvia existe gran humedad que atrae insectos por lo que se hace necesario q los turistas usen repelente muy incomodo para algunos
7. Los precios de los equipos de seguridad e implementos para realizar los deportes de aventura generalmente son caros.

CAPÍTULO V

ESTUDIO FINANCIERO

En este capítulo se evaluará la factibilidad y la rentabilidad del proyecto detallando la información contable y financiera con el fin de conocer los resultados de las operaciones de los primeros cinco años de funcionamiento.

5.1 Inversión Inicial

La inversión inicial está compuesta por los requerimientos de la operadora tales como: la compra de activos, adecuaciones de las oficinas, gastos prepagados y de constitución.

En la siguiente tabla se muestra la tabla de la inversión inicial total cuyo valor para el presente proyecto es de \$ 95.350.36

Tabla No. 9 Inversión Inicial

INVERSIÓN INICIAL	
DETALLE DE CUENTAS	VALORES
<u>ACTIVOS CORRIENTES:</u>	
CAJA	
BANCOS	\$6.000,00
INVENTARIOS	\$437,41
<u>ACTIVOS FIJOS:</u>	
EQUIPOS DE CÓMPUTO	\$1.148,00
EQUIPOS DE OFICINA	\$5.559,00
MOBILIARIOS	\$2.646,25
VEHICULOS	\$57.290,00
EQUIPOS DEPORTIVOS	\$19.519,70
<u>ACTIVOS DIFERIDOS:</u>	
GASTOS PREPAGADOS	\$600,00
GASTOS DE PREOPERACIÓN	\$2.350,00
INVERSION INICIAL TOTAL	\$95.550,36

5.2 Estructura de Financiamiento

Para el presente proyecto la inversión requerida es un poco alta por lo que se hace necesario financiar una parte con un préstamo bancario a una entidad financiera, para lo cual la capacidad financiera de los accionistas será del 30% de la inversión total por lo que el 70% restante se financiará por medio de un préstamo para proyectos de Desarrollo de Turismo para PYME (pequeña y mediana empresa) concedido por la Corporación Financiera Nacional con una tasa anual de 11.5%

Tabla No. 10 Estructura de Financiamiento

DETALLE	MONTO	PORCENTAJE
FINANCIAMIENTO CAPITAL PROPIO	\$ 28.605,11	30%
FINANCIAMIENTO PRÉSTAMO	\$ 66.745,25	70%
TOTAL INVERSIÓN REQUERIDA	\$ 95.350,36	100%

El total de la inversión inicial comprende todos los equipos necesarios para la implementación de la operadora turística. Del 70% que financiará la CFN surge el pago del monto de interés que es de 11.20% y la amortización de la deuda mensual y anual que se muestra en la siguiente tabla: **Ver Anexo 8**

Tabla No. 11 Amortización de Préstamo

TABLA DE AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO					
PERIODO	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	PAGO INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	66.815,25	10.685,96	7.483,31	\$ 18.169,27	56.129,29
2	56.129,29	11.882,78	6.286,48	\$ 18.169,27	44.246,51
3	44.246,51	13.213,66	4.955,61	\$ 18.169,27	31.032,85
4	31.032,85	14.693,59	3.475,68	\$ 18.169,27	16.339,27
5	16.339,27	16.339,27	1.830,00	\$ 18.169,27	0,00

5.3 Depreciaciones

Las depreciaciones es la reducción de valor que sufren los activos fijos cuyas razones principales pueden ser: el desgaste debido al uso, la obsolescencia y el paso del tiempo.

La depreciación muestra el monto del costo correspondiente a cada periodo fiscal. Se aplicará el método de depreciación de línea recta debido a su sencillez y claridad.

A continuación se detallan la tabla con las depreciaciones de los activos fijos.

Tabla No. 12 Depreciación Mensual y Anual

DEPRECIACIÓN MENSUAL Y ANUAL							
RUBROS	VALOR	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
EQUIPOS DE CÓMPUTO	1.148,00	21,37	256,39	256,39	256,39	-	-
EQUIPOS DE OFICINA	5.559,00	41,69	500,31	500,31	500,31	500,31	500,31
MOBILIARIOS	2.646,25	19,85	238,16	238,16	238,16	238,16	238,16
EQUIPOS DEPORTIVOS	19.519,70	146,40	1.756,77	1.756,77	1.756,77	1.756,77	1.756,77
VEHICULOS	57.290,00	859,35	10.312,20	10.312,20	10.312,20	10.312,20	10.312,20
SUMA TOTAL DEPRECIACIONES		1.088,65	13.063,83	13.063,83	13.063,83	12.807,45	12.807,45

5.4 Amortizaciones

La amortización es el proceso en el cual el valor de los activos intangibles (los gastos operacionales) de la operadora se incorpora al costo de los servicios prestados para así recuperar este valor y así recuperarlos cuando estos lleguen al final de su vida útil.

Dichos activos representan costos que se adquieren con la intención de que puedan aportar beneficios en las operaciones de la operadora.

Tabla No. 13 Amortización Mensual y Anual

AMORTIZACIÓN MENSUAL Y ANUAL								
RUBROS	VALOR	AÑOS	MENSUAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS LEGALES DECONSTITUCIÓN	1.400,00	5	23,33	280,00	280,00	280,00	280,00	280,00
ADECUACIÓN DEL LOCAL	950,00	5	15,83	190,00	190,00	190,00	190,00	190,00
SUMA TOTAL AMORTIZACIONES			39,17	470,00	470,00	470,00	470,00	470,00

5.5 Balance de Situación Inicial

Partiendo de estos datos se determina el balance de inicial que refleja la situación patrimonial de "Extreme Tours" con el cual empezará la operación de sus servicios ofertando paquetes turísticos de aventura. El cual lo indica el siguiente cuadro:

**Tabla No. 14 Balance Inicial
EMPRESA EXTREME TOURS**

BALANCE INICIAL			
Al 01 de Enero			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO DE LARGO PLAZO	
CAJA-BANCOS	6.000,00	PRÉSTAMO POR PAGAR	66.885,25
INVENTARIOS	437,41	TOTAL PASIVOS	66.885,25
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
EQUIPOS DE CÓMPUTO	1.148,00	CAPITAL SOCIAL	28.665,11
EQUIPOS DE OFICINA	5.559,00	TOTAL PATRIMONIO	28.665,11
MOBILIARIOS	2.646,25		
VEHICULOS	57.290,00		
EQUIPOS DEPORTIVOS	19.519,70		
ACTIVOS DIFERIDOS			
GASTOS PREPAGADOS	600,00		
GASTOS DE PREOPERACIÓN	2.350,00		
TOTAL DE ACTIVOS	95.550,36	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	95.550,36

5.6 Proyección de Ingresos

Los ingresos que genere la operadora se obtienen de las ventas de los servicios turísticos ofertados para esto la publicidad y el precio de cada paquete serán base fundamental para el éxito de la operadora.

Para establecer la proyección de ingresos Extreme Tour, se hizo un cálculo anual por cada paquete dividiéndolo para los 12 meses del año dando como resultado un promedio mensual del cual se consideró el 65% de la capacidad máxima para la temporada alta (Junio – Noviembre) y el 35% para la temporada baja (Diciembre – Mayo). El cálculo se lo realizó en base al número mínimo de operación de 15 pasajeros por 40 semanas laborables del año por los días de operación y números de veces de recorridos por día; estos datos dependerán de acuerdo a los diferentes paquetes y la demanda que tengan relación al nivel de aceptación de los servicios determinados a través del estudio de mercado (encuestas). **Ver Anexo 9**

**Tabla No. 15 Proyección de Ventas por Mes
PROYECCIÓN MENSUAL DE VENTAS**

No	PRODUCTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
1	BUCAY, PARAÍSO DE AVENTURA	52	52	52	52	52	98	98	98	98	98	98	52
2	BUCAY, ADRENALINA AL MÁXIMO	35	35	35	35	35	65	65	65	65	65	65	35
3	BUCAY, NATURALEZA Y DIVERSIÓN	105	105	105	105	105	195	195	195	195	195	195	105
4	BUCAY, AVENTURA EXTREMA	140	140	140	140	140	260	260	260	260	260	260	140

**Tabla No. 16 Precio promedio por paquete y persona
PRECIO PROMEDIO POR PAQUETE Y POR
PERSONA EN BASE A GRUPO DE 15 PASAJEROS**

No	PRODUCTO	Precio
1	BUCAY, PARAÍSO DE AVENTURA	\$ 100,00
2	BUCAY, ADRENALINA AL MÁXIMO	\$ 62,00
3	BUCAY, NATURALEZA Y DIVERSIÓN	\$ 28,00
4	BUCAY, AVENTURA EXTREMA	\$ 22,00

INCREMENTO ANUAL VENTAS EN CANTIDADES	10%
INCREMENTO ANUAL PRECIOS DE VENTA	5%

**Tabla No. 17 Proyección Mensual de Ingresos
PROYECCIÓN MENSUAL DE INGRESOS EN BASE A LAS VENTAS REALIZADAS POR MES**

No	PRODUCTO	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
1	BUCAY, PARAÍSO DE AVENTURA	5.200,00	5.200,00	5.200,00	5.200,00	5.200,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	9.800,00	5.200,00	90.000,00
2	BUCAY, ADRENALINA AL MÁXIMO	2.170,00	2.170,00	2.170,00	2.170,00	2.170,00	4.030,00	4.030,00	4.030,00	4.030,00	4.030,00	4.030,00	2.170,00	37.200,00
3	BUCAY, NATURALEZA Y DIVERSIÓN	2.940,00	2.940,00	2.940,00	2.940,00	2.940,00	5.460,00	5.460,00	5.460,00	5.460,00	5.460,00	5.460,00	2.940,00	50.400,00
4	BUCAY, AVENTURA EXTREMA	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	3.080,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	5.720,00	3.080,00	52.800,00
	TOTAL DE INGRESOS POR MES	13.390,00	13.390,00	13.390,00	13.390,00	13.390,00	25.010,00	25.010,00	25.010,00	25.010,00	25.010,00	25.010,00	13.390,00	230.400,00

Tabla No.18 Proyección anual de precios y cantidades

No	RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	BUCA Y, PARAÍSO DE AVENTURA	900	990	1089	1198	1318
2	BUCA Y, ADRENALINA AL MÁXIMO	600	660	726	799	878
3	BUCA Y, NATURALEZA Y DIVERSIÓN	1800	1980	2178	2396	2635
4	BUCA Y, AVENTURA EXTREMA	2400	2640	2904	3194	3514
	PRECIO 1 PAQUETE OPCIÓN 1	\$ 100,	\$ 105,	\$ 110,25	\$ 115,76	\$ 121,55
	PRECIO 2 PAQUETE OPCIÓN 2	\$ 62,	\$ 65,1	\$ 68,36	\$ 71,77	\$ 75,36
	PRECIO 3 EXCURSIÓN TURÍSTICA	\$ 28,	\$ 29,4	\$ 30,87	\$ 32,41	\$ 34,03
	PRECIO 4 TOUR	\$ 22,	\$ 23,1	\$ 24,26	\$ 25,47	\$ 26,74

Tabla No.19 Proyección Anual de Ingresos

Proyección anual de ingresos según el incremento anual de ventas en cantidades y precio de venta

No	PRODUCTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
1	BUCA Y, PARAÍSO DE AVENTURA	\$ 90.000,00	\$ 103.950,00	\$ 120.062,25	\$ 138.671,90	\$ 160.166,04
2	BUCA Y, ADRENALINA AL MÁXIMO	\$ 37.200,00	\$ 42.966,00	\$ 49.625,73	\$ 57.317,72	\$ 66.201,96
3	BUCA Y, NATURALEZA Y DIVERSIÓN	\$ 50.400,00	\$ 58.212,00	\$ 67.234,86	\$ 77.656,26	\$ 89.692,98
4	BUCA Y, AVENTURA EXTREMA	\$ 52.800,00	\$ 60.984,00	\$ 70.436,52	\$ 81.354,18	\$ 93.964,08

5.7 Remuneraciones

El cálculo de las remuneraciones se lo ha hecho en base a al sueldo otorgado a cada empleado, de acuerdo al cargo que ocupan en la operadora anteriormente especificados en el organigrama, los cuales contarán con todos los beneficios de ley. A continuación se detalla su cálculo

Tabla No. 20 Sueldos y Beneficios Sociales
SUELDOS Y BENEFICIOS ANUALES

CARGO	CANT. DE PERSONAS	SUELDO BÁSICO MENSUAL	SUELDO BÁSICO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE PATRONAL (12,15%)	FONDO DE RESERVA	Costo Total (USD\$) Mensual	Costo Total (USD\$) Primer Año	Costo Total (USD\$) Segundo Año
PERSONAL DE PRODUCCIÓN (MANO DE OBRA DIRECTA)									\$ 3.113,27	\$ 37.359,20	
GUÍAS TURÍSTICOS	3	\$ 600,00	\$ 21.600,00	\$ 1.800,00	\$ 876,00	\$ 900,00	\$ 2.624,40	\$ 1.800,00	\$ 2.316,70	\$ 27.800,40	\$ 29.600,40
TRANSPORTISTA	2	\$ 300,00	\$ 7.200,00	\$ 600,00	\$ 584,00	\$ 300,00	\$ 874,80	\$ 600,00	\$ 796,57	\$ 9.558,80	\$ 10.158,80
PERSONAL ADMINISTRATIVO									\$ 2.944,99	\$ 35.339,87	
GERENTE GENERAL	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 800,00	\$ 292,00	\$ 400,00	\$ 1.166,40	\$ 800,00	\$ 1.021,53	\$ 12.258,40	\$ 13.058,40
CONTADOR	1	450,00	\$ 5.400,00	\$ 450,00	\$ 292,00	\$ 225,00	\$ 656,10	\$ 450,00	\$ 585,26	\$ 7.023,10	\$ 7.473,10
SECRETARIA	1	320,00	\$ 3.840,00	\$ 320,00	\$ 292,00	\$ 160,00	\$ 466,56	\$ 320,00	\$ 423,21	\$ 5.078,56	\$ 5.398,56
JEFE DE OPERACIONES	1	400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 292,00	\$ 200,00	\$ 583,20	\$ 400,00	\$ 522,93	\$ 6.275,20	\$ 6.675,20
AUXILIAR DE LIMPIEZA	1	295,00	\$ 3.540,00	\$ 295,00	\$ 292,00	\$ 147,50	\$ 430,11	\$ 295,00	\$ 392,05	\$ 4.704,61	\$ 4.999,61
PERSONAL ÁREA DE VENTAS									\$ 1.307,04	\$ 15.684,42	
JEFE DE PROMOCIÓN TURÍSTICA	1	\$ 350,00	\$ 4.200,00	\$ 350,00	\$ 292,00	\$ 175,00	\$ 510,30	\$ 350,00	\$ 460,61	\$ 5.527,30	\$ 5.877,30
PROMOTOR 1	1	320,00	\$ 3.840,00	\$ 320,00	\$ 292,00	\$ 160,00	\$ 466,56	\$ 320,00	\$ 423,21	\$ 5.078,56	\$ 5.398,56
PROMOTOR 2	1	320,00	\$ 3.840,00	\$ 320,00	\$ 292,00	\$ 160,00	\$ 466,56	\$ 320,00	\$ 423,21	\$ 5.078,56	\$ 5.398,56
COSTO TOTAL ANUAL									\$ 7.365,29	\$ 88.383,49	\$ 94.038,49

5.8 Costos de Producción

El costo de producción se determinó por paquete en base a 15 pasajeros el mismo que está conformado por costos fijos y variables que son todos aquellos costos necesarios para llevar a cabo la operación y por la mano de obra directa en donde intervienen el personal operativo. **Ver Anexo 10**

Tabla No 21. Proyección Anual de Costo de Producción

PROYECCION ANUAL DEL COSTO DE PRODUCCION

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PAQUETES	\$ 23.594,40	\$ 23.594,40	\$ 23.594,40	\$ 23.594,40	\$ 23.594,40
PAQUETE 1 BUCAY, PARAÍSO DE AVENTURA	\$ 11.183,40	\$ 11.183,40	\$ 11.183,40	\$ 11.183,40	\$ 11.183,40
PAQUETE 2 BUCAY, ADRENALINA AL MÁXIMO	\$ 6.953,40	\$ 6.953,40	\$ 6.953,40	\$ 6.953,40	\$ 6.953,40
PAQUETE 3 BUCAY, NATURALEZA Y DIVERSIÓN	\$ 3.083,40	\$ 3.083,40	\$ 3.083,40	\$ 3.083,40	\$ 3.083,40
PAQUETE 4 BUCAY, AVENTURA EXTREMA	\$ 2.374,20	\$ 2.374,20	\$ 2.374,20	\$ 2.374,20	\$ 2.374,20
Mano de obra Directa	\$ 27.000,00	\$ 27.000,00	\$ 27.000,00	\$ 27.000,00	\$ 27.000,00
GUÍAS	\$ 19.800,00	\$ 19.800,00	\$ 19.800,00	\$ 19.800,00	\$ 19.800,00
TRANSPORTISTA	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00	\$ 7.200,00
TOTAL	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40

5.9 Gastos

Se detallan todos los gastos necesarios para el funcionamiento de la operadora. Los gastos que incurrirán en este proyecto son: **Ver Anexo 11**

- Gastos administrativos.- Son aquellos gastos relacionados al personal administrativos, sus remuneraciones, beneficios sociales y gastos adicionales relevante en el proceso de operación turística.
- Gastos de ventas.- Son todos aquellos relacionado al personal de ventas, así como a la promoción y publicidad necesaria para dar a conocer la operadora, comisiones de tarjetas de crédito y de agencias entre otros gastos varios
- Gastos financieros.- Son aquellos gastos que se derivan del préstamo otorgados por la CFN financiado a 5 años.

Tabla No 22. Proyección Anual de Gastos Generales
PROYECCIÓN ANUAL DE GASTOS GENERALES

DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 70.839,98	\$ 73.516,17	\$ 76.317,35	\$ 79.249,34	\$ 82.318,25
Sueldos y Beneficios personal administrativo	\$ 37.359,20	\$ 39.103,87	\$ 40.930,03	\$ 42.841,46	\$ 44.842,15
Uniformes	\$ 135,00	\$ 141,30	\$ 147,90	\$ 154,81	\$ 162,04
Servicios Básicos	\$ 2.220,00	\$ 2.323,67	\$ 2.432,19	\$ 2.545,77	\$ 2.664,66
Renta del local (sólo si es necesario rentar)	\$ 7.200,00	\$ 7.536,24	\$ 7.888,18	\$ 8.256,56	\$ 8.642,14
Suministros de Oficina	\$ 600,00	\$ 628,02	\$ 657,35	\$ 688,05	\$ 720,18
Servicios de imprenta	\$ 360,00	\$ 376,81	\$ 394,41	\$ 412,83	\$ 432,11
Materiales de Limpieza	\$ 420,00	\$ 439,61	\$ 460,14	\$ 481,63	\$ 504,12
Seguros	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Internet (2 oficinas)	\$ 7.200,00	\$ 7.536,24	\$ 7.888,18	\$ 8.256,56	\$ 8.642,14
Gastos de movilización	\$ 1.800,00	\$ 1.884,06	\$ 1.972,05	\$ 2.064,14	\$ 2.160,54
Impuesto (1,5 X MIL)	\$ 11,94	\$ 12,50	\$ 13,09	\$ 13,70	\$ 14,34
Patentes y permisos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 13.063,83	\$ 13.063,83	\$ 13.063,83	\$ 13.063,83	\$ 13.063,83
Amortización	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00	\$ 470,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 24.771,42	\$ 25.928,25	\$ 27.139,09	\$ 28.406,49	\$ 29.733,07
Sueldos y Beneficios personal área de ventas	\$ 15.684,42	\$ 16.416,88	\$ 17.183,55	\$ 17.986,02	\$ 18.825,97
Uniformes	\$ 135,00	\$ 141,30	\$ 147,90	\$ 154,81	\$ 162,04
Publicidad y promoción	\$ 3.120,00	\$ 3.265,70	\$ 3.418,21	\$ 3.577,84	\$ 3.744,93
Comisiones a agencias	\$ 806,40	\$ 844,06	\$ 883,48	\$ 924,73	\$ 967,92
Comisiones a tarjetas de crédito	\$ 3.225,60	\$ 3.376,24	\$ 3.533,91	\$ 3.698,94	\$ 3.871,68
Gastos de movilización	\$ 1.800,00	\$ 1.884,06	\$ 1.972,05	\$ 2.064,14	\$ 2.160,54
GASTOS FINANCIEROS	\$ 7.491,15	\$ 6.293,07	\$ 4.960,80	\$ 3.479,32	\$ 1.831,92
Gastos de intereses sobre el préstamo	\$ 7.491,15	\$ 6.293,07	\$ 4.960,80	\$ 3.479,32	\$ 1.831,92
TOTAL GASTOS GENERALES	\$ 103.102,54	\$ 105.737,49	\$ 108.417,24	\$ 111.135,15	\$ 113.883,24

5.10 Estado de Resultados

Una vez determinados los valores de ingresos, costos y gastos del presente proyecto se elaborara el estado de resultado, el cual es un informe contable donde muestra la situación económica de la operadora durante un periodo determinado. Este balance permitirá conocer la utilidad o pérdida que se obtendrá e las operaciones de cada año y así saber si el proyecto es rentable.

Desde el primer año la operadora ofrece utilidades de \$ 50. 202.15, puesto que los ingresos obtenidos por las ventas si han cubierto los gastos generados por el servicio ofertado. Esta información hace preveer que la implementación de la operadora podría ser rentable por las interesantes utilidades que genera cada año la misma que se ratificará en las siguientes evaluaciones financieras del proyecto **Anexo 12**

Tabla No. 23 Estado de Resultado Anual

Extreme Tours
Proyección de Estado de Resultado Anual
Del 1 de Enero al 31 de Diciembre del 2013

RUBROS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Totales	\$ 230.400,00	\$ 266.112,00	\$ 307.359,36	\$ 355.000,06	\$ 410.025,07
(-) Costos	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40
= Utilidad Bruta en Ventas	\$ 179.805,60	\$ 215.517,60	\$ 256.764,96	\$ 304.405,66	\$ 359.430,67
(-) Gastos de Administración	\$ 70.839,98	\$ 73.516,17	\$ 76.317,35	\$ 79.249,34	\$ 82.318,25
(-) Gastos de Ventas	\$ 24.771,42	\$ 25.928,25	\$ 27.139,09	\$ 28.406,49	\$ 29.733,07
(=) Utilidad antes de impuestos	\$ 84.194,20	\$ 116.073,18	\$ 153.308,52	\$ 196.749,83	\$ 247.379,34
(-) Gastos Financieros	\$ 7.491,15	\$ 6.293,07	\$ 4.960,80	\$ 3.479,32	\$ 1.831,92
= Utilidad antes de participación a trabajadores	\$ 76.703,06	\$ 109.780,11	\$ 148.347,72	\$ 193.270,51	\$ 245.547,43
(-) Participación a trabajadores	\$ 11.505,46	\$ 16.467,02	\$ 22.252,16	\$ 28.990,58	\$ 36.832,11
= Utilidad antes de impuestos	\$ 65.197,60	\$ 93.313,10	\$ 126.095,56	\$ 164.279,93	\$ 208.715,31
(-) Impuesto a la renta	\$ 14.995,45	\$ 21.462,01	\$ 29.001,98	\$ 37.784,38	\$ 48.004,52
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 50.202,15	\$ 71.851,09	\$ 97.093,58	\$ 126.495,55	\$ 160.710,79

5.11 Flujo de caja

La proyección del flujo de caja es elemental para la evaluación del proyecto, puesto que muestra el efectivo generado y utilizado en las distintas actividades de operación, inversión y de financiamiento; es decir, muestra las entradas, salidas y cambios netos en el efectivo de las diferentes actividades de la operadora durante un periodo contable.²⁹ El flujo de caja proporcionará información importante sobre la capacidad de la operadora para generar efectivo con las operaciones que realice, mantener o ampliar su capacidad de operación y al mismo tiempo cumplir con todas sus obligaciones financieras.

Además sirve de guía para calcular el valor actual neto, así como, también la tasa interna de retorno.

El siguiente cuadro se detalla los resultados del flujo de caja proyectado a cinco años donde se determina que los ingresos serán superiores a los egresos.

Por lo tanto la operadora no va a tener problemas de liquidez para cubrir sus obligaciones.

²⁹ <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%206/flujoefectivo.htm>

Tabla No. 24 Proyección del Flujo Anual de Caja

PROYECCIÓN DEL FLUJO DE CAJA ANUAL						
RUBROS	Inversión Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos Totales		\$ 230.400,00	\$ 266.112,00	\$ 307.359,36	\$ 355.000,06	\$ 410.025,07
(-) Egresos de efectivo		\$ 132.671,96	\$ 163.005,89	\$ 178.446,04	\$ 195.970,53	\$ 215.886,86
Gastos de operación		\$ 50.594,40	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40	\$ 50.594,40
Gastos de administración		\$ 57.306,14	\$ 59.982,34	\$ 62.783,52	\$ 65.715,51	\$ 68.784,42
Gastos de ventas		\$ 24.771,42	\$ 25.928,25	\$ 27.139,09	\$ 28.406,49	\$ 29.733,07
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 11.505,46	\$ 16.467,02	\$ 22.252,16	\$ 28.990,58
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 14.995,45	\$ 21.462,01	\$ 29.001,98	\$ 37.784,38
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 97.728,04	\$ 103.106,11	\$ 128.913,32	\$ 159.029,53	\$ 194.138,22
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
PRESTAMOS RECIBIDOS		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 10.697,15	\$ 11.895,23	\$ 13.227,50	\$ 14.708,98	\$ 16.356,39
Pago de intereses		\$ 7.491,15	\$ 6.293,07	\$ 4.960,80	\$ 3.479,32	\$ 1.831,92
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		\$ (18.188,30)	\$ (18.188,30)	\$ (18.188,30)	\$ (18.188,30)	\$ (18.188,30)
FLUJO NETO DE CAJA	\$ (95.550,36)	\$ 79.539,74	\$ 84.917,81	\$ 110.725,02	\$ 140.841,23	\$ 175.949,91

5.12 Evaluación Financiera

Tabla No. 25 Evaluación Financiera

TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 277.965,14
TIR	94%
B/C	2,909095634
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	1 AÑO

5.12.1 Tasa de Descuento

La tasa de descuento es una medida financiera que se aplica para determinar el valor actual de un pago futuro. Para el presente proyecto se ha establecido una tasa máxima del 12% tomando como referencia la información brindada por el Banco Central.

5.12.2 VAN (Valor Actual Neto)

El valor actual neto es un indicador que determina si los flujos de efectivo traídos al presente son iguales o mayores a la inversión inicial por medio de la tasa de descuento. El VAN mide la rentabilidad mínima que exige el proyecto según su riesgo para que el retorno esperado pueda cubrir la totalidad de la inversión inicial, así como también, los costos de operación e intereses generados por la parte de inversión inicial financiada a través de un préstamo. Mide la rentabilidad en términos monetarios.

Se considera que un proyecto es viable si este es mayor a cero. Hay un VAN para cada proyecto y se deberá escoger el que su valor sea mayor, puesto que por la misma razón se determina que su rentabilidad será mayor.

El VAN obtenido en este proyecto es de \$277. 965,14; es decir, positivo pon ende rentable y viable para la operadora.

5.12.3 TIR (Tasa Interna de Retorno)

Es la tasa que iguala el valor presente neto a cero o también conocida como tasa de rentabilidad. Para los proyectos de inversión evaluados en base a la TIR se toma como referencia la tasa de descuento, si la TIR es mayor a la tasa de descuento pues el proyecto se puede aceptar ya que su rendimiento será mayor al mínimo requerido (tasa de descuento). La TIR mide la rentabilidad en porcentaje

La TIR del proyecto es de 94% es decir superior a la tasa de descuento por ende la implementación de la operadora turística es viable lo que resulta muy atractivo llevar a cabo las operaciones del negocio.

5.12.4 Relación Costo - Beneficio

La relación costo beneficio es un indicador que mide el grado de bienestar que un proyecto puede generar a la empresa, tomando los ingresos y egresos netos del estado de resultado determinando así los beneficios por cada dólar que se invierta en el proyecto.

El costo beneficio del presente proyecto es de 2.91 lo que quiere decir que por cada dólar invertido en el mismo está generando \$ 2.91.

5.12.5 Periodo de Recuperación

Este indicador mide el plazo de tiempo necesario para que los flujos netos de efectivo sean iguales a la inversión inicial.

Es considerado un proyecto rentable si el periodo de recuperación de la inversión inicial es menor al periodo de corte anteriormente establecido en el proyecto en este caso que es de cinco años.

Para calcular el periodo de recuperación se deberá ir acumulando los flujos netos de efectivo hasta cubrir el monto de la inversión inicial.

En base a la tabla anterior se determinó que el periodo necesario para recuperar la inversión inicial es de 1 año. **Ver Anexo 13**

5.13 Balance General

El balance general especifica los saldos de los activos, pasivos y capital del operadora al terminar el periodo contable. Este estado financiero permite confirmar si la operadora está haciendo las cosas de manera correcta y adecuada.

Tabla No. 26 Balance General
Extreme Tours
Balance General
Al 31 de diciembre del 2013

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>					
CAJA-BANCOS	\$ 85539,74	\$ 170457,54	\$ 281182,56	\$ 422023,79	\$ 597973,7
INVENTARIOS	\$ 437,41	\$ 437,41	\$ 437,41	\$ 437,41	\$ 437,41
Total Activos Corrientes	\$ 85977,15	\$ 170894,95	\$ 281619,97	\$ 422461,2	\$ 598411,11
<u>ACTIVOS FIJOS</u>					
EQUIPOS DE CÓMPUTO	\$ 1148,	\$ 1148,	\$ 1148,	\$ 1148,	\$ 1148,
EQUIPOS DE OFICINA	\$ 5559,	\$ 5559,	\$ 5559,	\$ 5559,	\$ 5559,
MOBILIARIOS	\$ 2646,25	\$ 2646,25	\$ 2646,25	\$ 2646,25	\$ 2646,25
VEHICULOS	\$ 57290,	\$ 57290,	\$ 57290,	\$ 57290,	\$ 57290,
(-) Depreciación Acumulada	-\$ 13063,83	-\$ 26127,66	-\$ 39191,5	-\$ 52255,33	-\$ 65319,16
EQUIPOS DEPORTIVOS	\$ 19519,7	\$ 19519,7	\$ 19519,7	\$ 19519,7	\$ 19519,7
Total Activos Fijos	\$ 73099,12	\$ 60035,29	\$ 46971,45	\$ 33907,62	\$ 20843,79
<u>ACTIVOS DIFERIDOS</u>					
GASTOS PREPAGADOS	\$ 600,	\$ 600,	\$ 600,	\$ 600,	\$ 600,
GASTOS DE PREOPERACIÓN	\$ 2350	\$ 2350,	\$ 2350,	\$ 2350,	\$ 2350,
(-) Amortización Acumulada	-\$ 470,	-\$ 940,	-\$ 1410,	-\$ 1880,	-\$ 2350,
Total Activos Diferidos	\$ 2480,	\$ 2010,	\$ 1540,	\$ 1070,	\$ 600,
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 161556,26	\$ 232940,24	\$ 330131,43	\$ 457438,82	\$ 619854,9
PASIVOS					
<u>PASIVOS CORRIENTES</u>					
Participación a trabajadores por pagar	\$ 11505,46	\$ 16467,02	\$ 22252,16	\$ 28990,58	\$ 36832,11
Impuesto a la renta por pagar	\$ 14995,45	\$ 21462,01	\$ 29001,98	\$ 37784,38	\$ 48004,52
Total Pasivos Corrientes	\$ 26500,91	\$ 37929,03	\$ 51254,14	\$ 66774,96	\$ 84836,64
<u>PASIVOS DE LARGO PLAZO</u>					
Préstamo bancario	\$ 56188,1	\$ 44292,87	\$ 31065,37	\$ 16356,39	\$,
Total Pasivos de largo plazo	\$ 56188,1	\$ 44292,87	\$ 31065,37	\$ 16356,39	\$,
TOTAL DE PASIVOS	\$ 82689,01	\$ 82221,9	\$ 82319,5	\$ 83131,35	\$ 84836,64
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 28665,11	\$ 28665,11	\$ 28665,11	\$ 28665,11	\$ 28665,11
Utilidad del Ejercicio	\$ 50202,15	\$ 71851,09	\$ 97093,58	\$ 126495,55	\$ 160710,79
Utilidades Retenidas	\$,	\$ 50202,15	\$ 122053,24	\$ 219146,82	\$ 345642,37
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 78867,26	\$ 150718,34	\$ 247811,92	\$ 374307,47	\$ 535018,27
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 161556,26	\$ 232940,24	\$ 330131,43	\$ 457438,82	\$ 619854,9
	\$,	\$,	\$,	\$,	\$,

5.14 Punto de equilibrio

Es el punto en donde los ingresos totales recibidos se igualan a los costos asociados con la venta de un producto o servicio. Determina el nivel mínimo de los ingresos totales que debe tener el proyecto para cubrir todos los costos, es decir, el nivel de ingresos donde el proyecto se encuentra en su nivel de equilibrio, es decir donde no ganancia pero tampoco hay pérdida.

$$\text{Punto de Equilibrio en Dólares} = \frac{\text{Costos Fijos Totales en dólares}}{(100\% - \% \text{ de costos variables})} = \text{US\$}$$

Procedió a identificar los respectivos costos fijos y costos variables aplicando la fórmula dando como resultado un punto de equilibrio de \$141.236,36 que será la cantidad con la que se cubrirá los costos sin ganar pero tampoco perder y será una herramienta útil para determinar la posible rentabilidad de vender determinado servicio.

5.15 Análisis de rentabilidad del proyecto

A continuación se detallan los ratios financieros relevantes en un proyecto, mismos que describen la posición financiera de la operadora turística en un periodo determinado de tiempo.

Tabla No. 27 Rentabilidad del Proyecto

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ingresos Totales = %	78,04%	80,99%	83,54%	85,75%	87,66%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ingresos Totales = %	21,79%	27,00%	31,59%	35,63%	39,20%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	0,31	0,31	0,29	0,28	0,26
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	1,75	2,51	3,39	4,41	5,61

De acuerdo al cuadro expuesto se muestra un análisis de rentabilidad que tiene el proyecto acorde a los ratios financieros determinados:

Margen Bruto.- Indica el porcentaje que se obtiene de utilidad por ventas después que la operadora ha cubierto el costo de operación lo que refleja que en quinto año obtiene un 87,66%

Margen Neto.- Mide el porcentajes de ventas que queda después que todos los gastos, incluyendo los impuestos, han sido deducidos.

ROA (Retorno sobre activos).- Son los valores que se generarán por cada dólar invertido en los activos de la operadora cuyos valores de cada año no tiene mucha variación.

ROE (Retorno sobre capital).- Son los valores que se generarán por cada dólar que inviertan los accionistas en donde para el quinto año es de \$5.61

5.16 Análisis de Sensibilidad

El análisis de sensibilidad evalúa los distinto escenarios que pudieran presentarse en la ejecución del proyecto; es decir, es el proceso de medición de variables que afectan el desarrollo del proyecto de inversión, los resultados de la variación proporciona elementos de juicio sobre lo que podría suceder con la factibilidad de la operadora.

Para el análisis de sensibilidad se consideraron las siguientes variables para determinar el escenario optimista y pesimista partiendo del escenario base ya definido:

- Incremento anual en un 8% del precio de ventas
- Incremento anual en un 15% de ventas (cantidades)
- Reducción anual en un 3% del precio de ventas
- Reducción anual en un 5% de ventas (cantidades)

La siguiente tabla muestra los resultados obtenidos una vez aplicado el análisis de sensibilidad

**Tabla No. 28 Análisis de Sensibilidad
ESCENARIOS**

	PESIMISTA	BASE	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	12%	12%	12%
VAN	\$ 180.008,27	\$ 277.965,14	\$ 412.877,71
TIR	77%	94%	110%
B/C	\$ 1,88	\$ 2,91	\$ 4,32
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	1 AÑO	1 AÑO	1 AÑO

El análisis determina que el proyecto, en las condiciones dadas en el escenario pesimista a pesar de haber una reducción anual en ventas y precios proyecta un VAN y una TIR menor que el escenario base pero sigue manteniendo un nivel aceptable y factible para llevar a cabo el proyecto. Sin embargo, en el escenario optimista refleja que un incremento anual en ventas y precios produce una mayor rentabilidad para la operadora.

5.17 Análisis de Impactos

Para el presente proyecto se ha realizado un análisis de impactos prospectivos; es decir, conocer y reflexionar como afectaría los diferentes aspectos de la ingeniería del proyecto que genere en ciertos lugares, zonas o ámbitos en donde intervenga la ejecución del proyecto.

Se han determinado los siguientes impactos:

- Impacto ambiental
- Impacto socio – económico
- Impacto turístico

5.17.1 Impacto Ambiental

El análisis del impacto ambiental tiene como principal propósito proteger el ambiente, por lo cual se ha basado en tres indicadores esenciales que se deben tomar en cuenta como es la conservación de la flora y fauna, nivel de contaminación y manejo de desechos.

La conservación de la flora y fauna se basa en la protección de especies del lugar puesto que uno de los principales objetivos al ofrecer nuestros servicios es el de crear conciencia ecológica en donde el turista este en contacto con la naturaleza sin alterar a la misma.

El impacto con respecto a la contaminación es mínimo ya que por ser una zona poco conocida aún no existe tanta contaminación por parte del hombre y no se utilizaran materiales de construcción.

Y los manejos de desechos no representan un impacto negativo ya que se manejará un sistema para la eliminación de desechos ya implantado por la

mayoría de los establecimientos turísticos que son el los tachos de basura en donde el turista y personal de la operadora podrán depositar los desechos de acuerdo al tipo de desecho que tenga y así ser tratados adecuadamente, es decir, reciclando de esta forma se aportara al cuidado del medio ambiente.

5.17.2 Impacto Socio – económico

Entre los indicadores que se tiene para la evaluación del impacto socio – económicos son: participación comunitaria, fuentes de trabajo y mayores ingresos de los involucrados en el proyecto.

A la participación comunitaria se le atribuye un valor positivo, puesto que con la implementación de la operadora y su centro de interpretación se contribuye al desarrollo de la población interviniendo en las diferentes actividades.

Con el proyecto se ayuda a que se desarrolle una actividad turística y por ende es fuente de trabajo para los habitantes del cantón o de otras zonas.

Uno de los objetivos del proyecto es lograr obtener los recursos económicos suficientes para ser repartidos de manera equitativa a todos los que forman parte del proyecto.

5.17.3 Impacto Turístico

La evaluación del impacto turístico tiene un valor de alto positivo puesto que el turismo juega un papel importante en la actualidad y con el desarrollo del proyecto en el sector se está generando actividad turística. Entre los principales indicadores que se ha tomado en cuenta al momento de analizar este impacto son: mayor afluencia de visitantes, incremento de la actividad turística, producto turístico innovador y promoción del sector.

Se genera mayor afluencia de turistas tanto locales, nacionales y extranjeros hacia él las zonas a desarrollar los deportes extremos.

Con el desarrollo del proyecto se podrá brindar al turista una opción diferente de turismo en donde se oferte un servicio innovador capaz de satisfacer las necesidades y expectativas de los mismos por ende se incrementa la actividad turística de la zona lo cual ayuda a la promoción del cantón Bucay.

CONCLUSIONES

Extreme Tours es un proyecto que surgió de la necesidad de brindar a los turistas un servicio diferente, debido a que las operadoras de turismo de aventura no dirigen sus servicios hacia el cantón Bucay u ofrecen deportes extremos o actividades recreativas y/o de aventura como un servicio turístico general, y no como una actividad especializada, pues esta demandan de un talento humano profesional y con experiencia en el manejo de equipos, implementos y herramientas de seguridad para lograr la satisfacción de los visitantes y equilibrio con el entorno natural.

Los atractivos turísticos naturales que posee Bucay son únicos en la Provincia del Guayas y su potencialidad turística como destino ideal para el desarrollo de deportes extremos y actividades de aventura ha sido demostrado a través de este trabajo, basado en su buena ubicación y lugares estratégicos para la práctica de los mismos.

El estudio de mercado realizado da como resultado que existe una demanda de turistas que les gustaría practicar deportes de aventura pero desconocen de este destino. Con respecto al estudio organizacional y técnico el talento humano como los equipos, herramientas e instalaciones son los más óptimos para llevar a cabo el proyecto

Luego del análisis financiero, se puede concluir que la implementación de la operadora de turismo orientada a ofertar paquetes turísticos de aventura en el cantón Bucay es viable debido a la pronta recuperación de la inversión inicial y obtención de utilidades siempre que se mantengan los parámetros establecidos.

Las modificaciones que se necesiten hacer deberán ser evaluadas para que no afecte el nivel de factibilidad.

Además un factor muy importante en el desarrollo de la operadora turística es el que contribuye a la preservación del medio ambiente concienciando a los turistas de la importancia de cuidar el entorno natural que visitan.

RECOMENDACIONES

- Realizar estudios de mercado frecuentemente que permitan conocer el delineamiento del perfil de los turistas y así poder implementar nuevos servicios satisfaciendo sus necesidades.
- Aprovechar el potencial turístico con que cuenta el cantón Bucay y así incluir en los productos turísticos que se oferten, la mayor parte de los atractivos turísticos de esta localidad.
- Mantener la calidad en todos los servicios turísticos ofertados
- Mantener las políticas y cumplir con las leyes que regulan el cuidado del medio ambiente no descuidando los posibles daños que se generen con la implementación de nuevas actividades dentro de los paquetes.
- Trabajar en conjunto con la Secretaría de Turismo del Cantón Bucay a cargo del Lcdo. Jorge Montalvo en este proyecto ya que representa una oportunidad de desarrollo local.
- Mantener una campaña de publicidad y promoción constante para lograr permanecer en el mercado.
- Se podría prescindir de la compra de la camioneta y vehículo en caso de no facilitarse el préstamo; en este caso se deberá contratar los servicios de transportación turística para operar los tours, excursiones y paquetes turísticos.
- Se podría realizar posibles cambios en ciertas variables como en la cantidad de ventas o en el precio de venta entre otras lo cual haría más atractivo el nivel de rentabilidad de la operadora.

BIBLIOGRAFÍA

- Abascal, E., & Grande, I. (2005). *Análisis de Encuestas*. Madrid: ESIC
- Alcoba A., (2001). *Enciclopedia del Deporte*. Madrid: Librerías Deportivas Esteban Sanz
- Banco Central del Ecuador. (2012). *Riesgo país*. Recuperado de http://www.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais
- Banco Central del Ecuador, (2012). *Tasas de Interés: Productivo Pymes*. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/docs.php?path=documentos/Estadisticas/SectorMonFin/TasasInteres/Indice.htm>
- Banco Central del Ecuador, (2012). *Reporte Trimestral de Oferta y Demanda de Crédito*. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/home1/economia/tasas/ET-ODC-IT-2012.pdf> BCE
- Banco Central del Ecuador. (2012). *Impuestos. Estadísticas Macroeconómicas*. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacro092012.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2012). Reporte Mensual de Inflación. *Banco Central del Ecuador*. Recuperado de <http://www.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Notas/Inflacion/inf201208.pdf>
- Bernal, C.A. (2006). *Metodología de la Investigación para Administración, Economía, Humanidades y Ciencias Sociales* (2da ed.). México: Pearson Educación
- Bonta, P., Farber, M. (2002). *199 Preguntas sobre Marketing y Publicidad*. Bogotá: Editorial Norma S.A.

Bustamante, W., (2001). *Apuntes de Mercadotecnia para la Microempresa Rural*. Recuperado de <http://books.google.es/books?id=UphbADWELMQC&printsec=frontcover&dq=,++Apuntes+de+Mercadotecnia+para+la+Microempresa+Rural&hl=es&sa=X&ei=cgDFUIP4IpSI8QTVnIDoCg&ved=0CDIQ6AEwAA>

Cámara de Comercio de Quito. (2012). *Producto Interno Bruto*. Síntesis Macro Económica. Recuperado de http://www.lacamaradequito.com/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=26&Itemid=59&mosmsg=Est%28www.google.com.ec%29%20CEA%20Corporaci%28n%20de%20estudios%20y%20an%20lisis

Carrión, J., (2007). *Estrategia de la Visión a la Acción*. Recuperado de http://books.google.es/books?id=8_PwIoGOa6QC&pg=PA75&dq=JUAN+CARRION+2007+ANALISIS+PEST&hl=es&sa=X&ei=5N3IUkPgG6-x0AGvwoGICA&ved=0CC8Q6AEwAA#v=onepage&q=JUAN%20CARRION%202007%20ANALISIS%20PEST&f=false

Diario Hoy (2012, 17 de Julio). El desempleo sube al 5,2 % en el segundo trimestre de 2012. *Diario de Negocios*. Recuperado de <http://www.hoy.com.ec/noticias-ecuador/el-desempleo-sube-al-5-2-en-el-segundo-trimestre-de-2012-555925.html>

El migrante, (2011, 15 de Mayo). Ministro Ehlers: ‘Fenomenal’ crecimiento de turismo en Ecuador. *El Migrante*. Recuperado de <http://www.elmigrante.com.ec/articulo/ecuador/ministro-ehlers-fenomenal-crecimiento-de-turismo-en-ecuador>

El Telégrafo, (2012). Turismo es el Cuarto Rubro que aporta a la Economía. *El Telégrafo*. Recuperado de http://www.telegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=50159&Itemid

El Telégrafo. (2012, 20 de Abril). La tasa de ocupación plena en el Ecuador aumentó en el 2012. Recuperado de http://eltelegrafo.com.ec/index.php?option=com_zoo&task=item&item_id=36740&Itemid=11

El Universo. (2012, 25 de Junio). La política de tributos no da certezas al sector productivo. *Diario El Universo*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/2012/06/25/1/1356/politica-tributos-da-certezas-sector-productivo.html>

Gaitán, L., Cabrera, P. J., & Urosa, B. (1993). *Trabajo Social e Investigación: Temas y Perspectiva*. Recuperado de: <http://books.google.es/books?id=KamXJdr4wSMC&pg=PA5&dq=.%28Gaitan,+J+Cabrera,+Urosa+1993%29&hl=es&sa=X&ei=otzIUPvNLOqH0QHX-oGYDg&ved=0CDIQ6AEwAA>

Gómez, G., E., (2001). El Estado de Flujos de Efectivo. *Gestiopolis*. Resumen recuperado de <http://www.gestiopolis.com/canales/financiera/articulos/no%206/flujoefectivo.htm>

Gómez, M. (2006). *Introducción a la Metodología de la Investigación Científica*. Córdoba: Editorial Brujas

Icart, M., Fuentelsaz, C., & Pulpon, A. (2006). *Presentación de un Proyecto de Investigación y una Tesina*. Barcelona: Edicions Universitat Barcelona

Machala Virtual. (2012, 18 de Marzo). Evento Internacional Foro PYMES Competitivas Ecuador 2012. Recuperado de <http://machalavirtual.com/noticias/evento-internacional-foro-pymes-competitivas-ecuador-2012/>

Machuca, O. (2012, 23 de Mayo). Ecuador se destaca como referente del Turismo de Aventura. *Noti Península*. Recuperado de http://www.notipeninsula.com/index.php?option=com_content&view=arti

cle&id=1931:ecuador-se-destaca-como-referente-en-el-turismo-de-aventura&catid=61:noticias-turisticas&Itemid=84

Marzano, G. (2011). Red Productiva e Innovación Productiva Informe de Segmentación del Sector Turístico Ecuatoriano [CD-ROM]. Estados Unidos: CARANA Corporation

Milio, I. (2004). *Diseño y Comercialización de productos Turísticos Locales y Regionales*. Madrid: Paraninfo

Montalvo, J. (2012). Asamblea Cantonal de Límites. Más Obras para Bucay, Boletín #18

Muñiz, L. (2010). *Guía Práctica para mejorar un Plan de Negocio*. Recuperado de http://books.google.es/books?id=t6NXaAe1EVMC&printsec=frontcover&dq=Gu%C3%ADa+Pr%C3%A1ctica+para+mejorar+un+Plan+de+Negocio&hl=es&sa=X&ei=_3LGUMTYD5HI9QTpvYD4DA&ved=0CDoQ6AEwAA

Naciones Unidas (2010). *Asuntos Económicos y Sociales: Recomendaciones sobre estadísticas en Turismo 2008*. Madrid: Naciones Unidas. Recuperado de http://unstats.un.org/unsd/publication/Seriesm/SeriesM_83rev1s.pdf

Naciones Unidas Ecuador. (2012). *Objetivos de Desarrollo del Milenio: Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo*. Recuperado de <http://www.pnud.org.ec/odm/index.htm>

Reglamento General de Actividades Turísticas, Decreto No 3400 § Capítulo II

Revista Vistazo. (2012, Julio 16). *Turismo registra crecimiento del 14% en el primer semestre*. Recuperado de <http://www.vistazo.com/webpages/pais/?id=20749>

Ruiz, S., & Grande, I. (2006). *Comportamiento de Compra del Consumidor: 29 Casos*. Recuperado de http://books.google.es/books?id=EZRnsjRc3mkC&printsec=frontcover&dq=:+Comportamiento+de+Compra+del+Consumidor:+29+Casos&hl=es&sa=X&ei=vM_EULuZAoba8ASA-IDgAg&ved=0CDIQ6AEwAA

Senplades. (2012). Plan Nacional para el Buen Vivir 2009 – 2013. *Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo*. Recuperado de <http://plan.senplades.gob.ec/web/guest/presentacion>

Trespalacios, J. A., Vásquez, R., & Bello, L. (2005). *Investigación de Mercados: Métodos de Recogidas y Análisis de la Información para la toma de decisiones*. Madrid: Editorial Paraninfo

Vega, D. (2012, Mayo 15). Ecuador está entre los cinco mejores países del mundo para realizar deporte de aventura. *Agencia Pública de Noticias del Ecuador y Suramérica*. Recuperado de www.andes.info.ec/deportes/2400.html

Wikipedia. (2012). Turismo de Aventura. Wikipedia La Enciclopedia Libre. [Versión electrónica]. San Francisco: Wikipedia Recuperado de http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_de_aventura

Wunder, S. (1996). *Ecoturismo: Ingresos Locales y Conservación: El caso de Cuyabeno* Ecuador. Ecuador: Editorial Abya Yala

ANEXOS

Anexo No. 1: Visita al Cantón Bucay



Reunión con el Lcdo. Jorge Montalvo, Jefe de Turismo del cantón Bucay



Reunión con el Lcdo. Jorge Montalvo, Jefe de Turismo del cantón Bucay

Anexo No. 2: Formato de Encuesta



Universidad Católica de Santiago de Guayaquil Facultad de Especialidades Empresariales Carrera: Hotelería y Turismo

La presente encuesta tiene como finalidad conocer la factibilidad para la implementación de una operadora turística orientada a ofertar paquetes turísticos en el cantón Bucay, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas.

Le agradezco por su tiempo y colaboración para el desarrollo de las siguientes preguntas:

Instrucciones:

- 1. Esta encuesta consta de 14 preguntas*
- 2. Lea detenidamente cada una de ellas y escoja su respuesta*

Marque con una x a lado de la opción que corresponda

1.- Sexo

Femenino

Masculino

2.- Edad

- | | |
|---------------------|--------------------------|
| 1.- De 20 a 25 años | <input type="checkbox"/> |
| 2.- De 26 a 30 años | <input type="checkbox"/> |
| 3.- De 31 a 35 años | <input type="checkbox"/> |
| 4.- De 36 a 40 años | <input type="checkbox"/> |
| 5.- De 41 a 45 años | <input type="checkbox"/> |

3.- ¿Cuál es su principal motivo de viaje?

- | | |
|---------------------------------|--------------------------|
| Conocer nuevo destino | <input type="checkbox"/> |
| Descanso / relax | <input type="checkbox"/> |
| Realizar actividades deportivas | <input type="checkbox"/> |
| Diversión | <input type="checkbox"/> |

Observación de flora y fauna
Aventura
Turismo Cultural

4.- ¿Cuál de los siguientes destinos turísticos identifica usted como un lugar para realizar turismo de aventura o deportes extremos?

Costa (Ruta del Sol, Bucay etc.)
Sierra (Mindo, Baños, Cuenca etc.)
Oriente (Puyo, Napo etc.)

5. ¿Le interesa la idea de conocer atractivos turísticos de aventura poco promocionados en forma divertida y participativa con la naturaleza?

Si NO

Si su respuesta es no indique por qué _____

6.- ¿Alguna vez ha visitado el Cantón Bucay (General Antonio Elizalde)?

Si NO

Si su respuesta es no indique por qué _____

7.- ¿Conoce usted alguna operadora turística que ofrezca paquetes turísticos a este cantón?

Si NO

8.- ¿Cuál de los siguientes factores considera importante al momento de escoger un destino turístico con una operadora turística?

Precio
Seguridad
Transporte
Atractivos Turísticos

Deportes de Aventura
Alojamiento
Otros
Especifique _____

9.- ¿Emprendería usted un viaje a él cantón Bucay en un clima templado con un paquete turístico que ofrezca deportes de aventura como ciclismo de montaña, senderismo, rapel, kayak, tubing, alojamiento, transporte y alimentación?

Si NO

Si su respuesta es no indique ¿por qué? _____

10.- ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un paquete turístico al Cantón Bucay con lo mencionado anteriormente?

60-80	Dólares	<input type="text"/>
81-100	Dólares	<input type="text"/>
101-120	Dólares	<input type="text"/>

Gracias por su Colaboración...!!!

Anexo No. 3: Entrevista



**Universidad Católica de Santiago de Guayaquil
Facultad de Especialidades Empresariales
Carrera: Hotelería y Turismo**

Entrevista

La presente entrevista tiene como finalidad conocer la factibilidad para la implementación de una operadora Turística orientada a ofertar paquetes turísticos en el cantón Bucay, la cual responde a la investigación de la tesis para la obtención del título de Ingeniería en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas. Esta entrevista tomará alrededor de 45 minutos.

La información recogida será de mucha utilidad en este trabajo y se guardará absoluta confidencialidad sobre la misma, por lo que solicito responder con total sinceridad.

Sus respuestas serán sumamente valiosas para la investigación. Por favor siéntase en la libertad de no contestar cualquier pregunta que no desee contestar o de interrumpir la entrevista en cualquier momento. Por otro lado quiero pedirle su autorización para grabar esta conversación ya que la misma será valiosa para apoyar las notas y memoria. ¿Le importaría ser grabado?

¿Tiene alguna pregunta?

Le agradezco por su tiempo y colaboración para el desarrollo de las siguientes preguntas:

Entrevistado: Lcdo. Roberto Bustamante

Cargo: Servidor turístico de deportes de aventura en el cantón Bucay

Fecha: Viernes, 19 de Octubre del 2012

Lugar: Cantón Bucay

La entrevista se la realizo al Lcdo. Roberto Bustamante servidor turístico del Cantón Bucay, posee un hotel en el mismo en donde oferta ciertas actividades de turismo de aventura como el rappel y tubing. A continuación la entrevista

1. ¿Con qué oportunidades cuenta Bucay para convertirse en un Destino de Deportes de Aventura?

Bucay puede llegar a ser considerado uno de los mejores destinos para practicar deportes de aventura ya que cuenta con una gran variedad de recursos naturales y atractivos turísticos y cuenta con escenarios ideales para la práctica de actividades de aventura.

2. ¿Considera que los deportes extremos o turismo de aventura constituye una de las principales motivaciones turísticas de los visitantes en Bucay?

Si, es una de las motivaciones principales ya que poco a poco se ha ido descubriendo este lugar y se está trabajando en la promoción turística del mismo haciendo énfasis en el turismo de aventura como uno de los principales productos turísticos ofertados en el Cantón.

3. ¿Cuáles son las principales localidades donde se puede practicar Deportes de Aventura en Bucay?

En realidad existen varias zonas donde se puede practicar deportes de aventura pero los principales y más conocidos son el Bosque Húmedo de la Esperanza, Río Chimbo, Río Limón Cascadas Piedra Blanca entre otros.

4. ¿Cuál es el mayor obstáculo que las personas tienen al momento de tomar la decisión de practicar Deportes de Aventura?

Generalmente la falta de información y conocimiento de los mismo o un inadecuado asesoramiento puesto que los turistas tienden a sentir temor de

realizar algo desconocido lo que es natural, sin embargo estas situaciones se pueden superar contando con excelentes instructores que guíen al turista y usen equipos de calidad lo que les transmitirán seguridad y confianza en el momento de realizar los deportes.

5. ¿Qué tipo de seguridades se requieren para operar?

Son varias las seguridades que se requieren para realizar las actividades de las cuales las principales son los equipos y herramientas de seguridad utilizadas en la práctica de cada deporte de aventura y otro punto importante el elemento humano deben ser guías profesionales de turismo experimentados y capacitados que garanticen la integridad física de los turistas.

6. ¿Cuáles son los requisitos que deben cumplir los turistas para realizar deportes extremos?

Los principales requisitos son que deben gozar de buena salud física y mental puesto que la salud es importante al momento de practicar los deportes ya que demandan mucha actividad física, otro requisito para los menores de edad es la autorización de los padres, los turistas deberán obligadamente usar todos los equipos de seguridad dados por los guías y seguir correctamente sus indicaciones y uno de los principales es tener las ganas y disposición para realizar las actividades.

7. ¿Qué le motivó a prestar servicios turísticos orientados al deporte de extremos en este cantón?

Pues me di cuenta que era un lugar poco conocido y explotado turísticamente y encontré la oportunidad de ofrecer un tipo de turismo diferente al convencional y otra razón fue porque me gusta practicar deportes extremos.

8. ¿Cuánto tiempo lleva prestando servicios turísticos en Bucay?

Alrededor de 5 años

9. ¿Qué requisitos exige el Ministerio de Turismo para la operación de deportes extremos o turismo de aventura?

Los principales requisitos para la operación de deportes de aventura por parte del ministerio es el de contar con guías de turismo de aventura

profesionales capacitados y seguir las normas técnicas para cada deporte extremo

10. ¿Existe algún certificado o norma de calidad adicional para la operación turística de deportes extremos?

Los certificados que existen son los otorgados por el Ministerio de Turismo y por la OPTUR

Anexo No. 4: Deportes de Aventura

Bicicleta de Montaña



Fuente: Secretaría de Turismo del Bucay

Kayaking



Fuente: Secretaría de Turismo de Bucay



Fuente: Secretaría de Turismo de Bucay

Rappelling



Fuente: Secretaría de Turismo de Bucay



Fuente: Investigación de Campo

Trekking



Fuente: Secretaría de Turismo de Bucay



Fuente: Secretaría de Turismo de Bucay

Tubing



Fuente: Secretaría de Turismo de Bucay

Anexo No. 5: Costos por Paquete

Costo por Paquete

PAQUETE 1

CÁLCULO TARIFARIO

Denominación del Paquete Bucay, Paraíso de Aventura
Duración del Paquete opción 1 3D / 2N
Número de Pasajeros 15 Pax

Costos:	Cantidad	Costo Unitario	Tiempo	Total
Costos Fijos				
Transporte	1	13,00	1 día	13,00
Guía	1	20,00	1 día	20,00
Alimentación guía y chofer	2	3,50		7,00
Depreciación de equipos deportivos	1	4,50		4,50
Depreciación de Vehículos	1	2,39		2,39
Total Costos Fijos				46,89
Costo por persona				3,13
Costos Variables:				
Almuerzos	3	3,50		10,50
Refrigerio	1	1,50		1,50
Seguro de Viaje	1	5,00		5,00
Entradas	1	2,00		2,00
Alojamiento	2	20,00		40,00
Total Costos Variables				59,00
Total Costo por persona				62,13
Imprevistos (5%)				3,11
Total Costos y Gastos				65,23
Comisiones pagadas 10%				6,52
Utilidad 30%				19,57
IVA 12%				7,83
Precio de Venta al Público				99,15

Elaborado por: Autora del proyecto

PAQUETE 2**CÁLCULO TARIFARIO**

Denominación del Paquete Bucay, Adrenalina al Máximo
Duración del Paquete opción 2 2D / 1N
Número de Pasajeros 15Pax

Costos:	Cantida d	Costo Unitario	Tiempo	Total
Costos Fijos				
Transporte	1	13,00	1 día	13,00
Guía	1	20,00	1 día	20,00
Alimentación guía y chofer	2	3,50		7,00
Depreciación de equipos deportivos	1	4,50		4,50
Depreciación de Vehículos	1	2,39		2,39
Total Costos Fijos				46,89
Costo por persona				3,13
Costos Variables:				
Almuerzos	2	3,50		7,00
Refrigerio	1	1,50		1,50
Seguro de Viaje	1	5,00		5,00
Entradas	1	2,00		2,00
Alojamiento	1	20,00		20,00
Total Costos Variables				35,50
Total Costo por persona				38,63
Imprevistos (5%)				1,93
Total Costos y Gastos				40,56
Comisiones pagadas 10%				4,06
Utilidad 30%				12,17
IVA 12%				4,87
Precio de Venta al Público				61,65

Elaborado por: Autora del proyecto

PAQUETE 3**CÁLCULO TARIFARIO**

Denominación del Paquete Bucay, Naturaleza y diversión
Duración de la excursión 8 horas
Número de Pasajeros 15 Pax

Costos:	Cantidad	Costo Unitario	Tiempo	Total
Costos Fijos				
Transporte	1	13,00	1 día	13,00
Guía	1	20,00	1 día	20,00
Alimentación guía y chofer	2	3,50		7,00
Depreciación de equipos deportivos	1	4,50		4,50
Depreciación de Vehículos	1	2,39		2,39
Total Costos Fijos				46,89
Costo por persona				3,13
Costos Variables:				
Almuerzos	1	5,00		5,00
Seguro de Viaje	1	5,00		5,00
Entradas	1	2,00		2,00
Refrigerio	1	2,00		2,00
Total Costos Variables				14,00
Total Costo por persona				17,13
Imprevistos (5%)				0,86
Total Costos y Gastos				17,98
Comisiones pagadas 10%				1,80
Utilidad 30%				5,39
IVA 12%				2,16
Precio de Venta al Público				27,33

Elaborado por: Autora del proyecto

PAQUETE 4**CÁLCULO TARIFARIO**

Denominación del Paquete Bucay, Aventura
Duración del Tour Extrema
Número de Pasajeros 5 Horas
15 Pax

Costos:	Cantidad	Costo Unitario	Tiempo	Total
Costos Fijos				
Transporte	1	13,00	1 día	13,00
Guía	1	20,00	1 día	20,00
Alimentación guía y chofer	2	4,00		8,00
Depreciación de equipos deportivos	1	4,50		4,50
Depreciación de Vehículos	1	2,39		2,39
Total Costos Fijos				47,89
Costo por persona				3,19
Costos Variables:				
Almuerzos	1	3,00		3,00
Seguro de Viaje	1	5,00		5,00
Entradas	1	2,00		2,00
Total Costos Variables				10,00
Total Costo por persona				13,19
Imprevistos (5%)				0,66
Total Costos y Gastos				13,85
Comisiones pagadas 10%				1,39
Utilidad 30%				4,16
IVA 12%				1,66
Precio de Venta al Público				21,06

Elaborado por: Autora del proyecto

Anexo No. 6: Artículos Promocionales y uniforme de la operadora

Camisetas

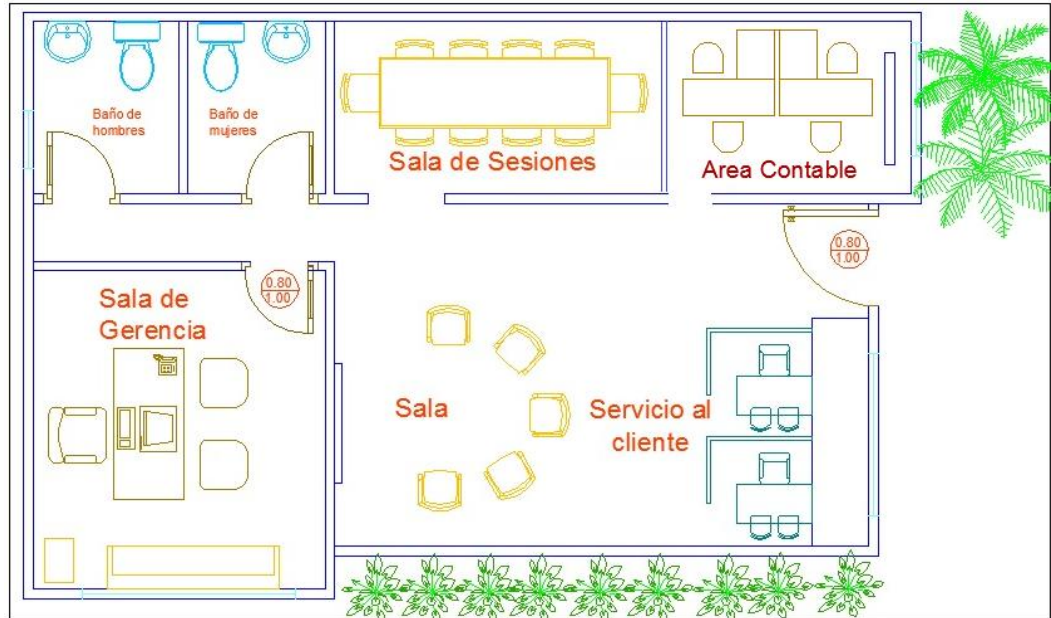


Gorras



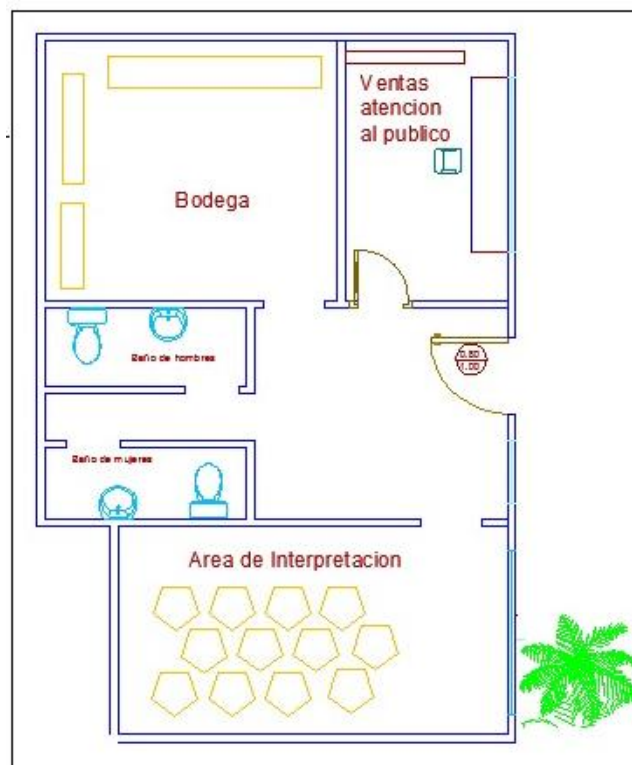
Anexo No. 7: Diseño de la Oficina en Guayaquil y Bucay

Oficina en Guayaquil



Diseño: Autora del Proyecto

Oficina en Bucay



Diseño: Autora del Proyecto

Anexo No. 8: Tabla de Amortización mensual del préstamo

CUADRO DE AMORTIZACIÓN MENSUAL DEL PRESTAMO

PERIODO	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	PAGO INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	66.885,25	836,67	624,26	\$ 1.460,93	66.048,59
2	66.048,59	844,47	616,45	\$ 1.460,93	65.204,11
3	65.204,11	852,36	608,57	\$ 1.460,93	64.351,76
4	64.351,76	860,31	600,62	\$ 1.460,93	63.491,45
5	63.491,45	868,34	592,59	\$ 1.460,93	62.623,10
6	62.623,10	876,45	584,48	\$ 1.460,93	61.746,66
7	61.746,66	884,63	576,30	\$ 1.460,93	60.862,03
8	60.862,03	892,88	568,05	\$ 1.460,93	59.969,15
9	59.969,15	901,22	559,71	\$ 1.460,93	59.067,94
10	59.067,94	909,63	551,30	\$ 1.460,93	58.158,31
11	58.158,31	918,12	542,81	\$ 1.460,93	57.240,19
12	57.240,19	926,69	534,24	\$ 1.460,93	56.313,51
13	56.313,51	935,33	525,59	\$ 1.460,93	55.378,17
14	55.378,17	944,06	516,86	\$ 1.460,93	54.434,11
15	54.434,11	952,88	508,05	\$ 1.460,93	53.481,23
16	53.481,23	961,77	499,16	\$ 1.460,93	52.519,46
17	52.519,46	970,75	490,18	\$ 1.460,93	51.548,72
18	51.548,72	979,81	481,12	\$ 1.460,93	50.568,91
19	50.568,91	988,95	471,98	\$ 1.460,93	49.579,96
20	49.579,96	998,18	462,75	\$ 1.460,93	48.581,78
21	48.581,78	1.007,50	453,43	\$ 1.460,93	47.574,28
22	47.574,28	1.016,90	444,03	\$ 1.460,93	46.557,38
23	46.557,38	1.026,39	434,54	\$ 1.460,93	45.530,99
24	45.530,99	1.035,97	424,96	\$ 1.460,93	44.495,02
25	44.495,02	1.045,64	415,29	\$ 1.460,93	43.449,37
26	43.449,37	1.055,40	405,53	\$ 1.460,93	42.393,97
27	42.393,97	1.065,25	395,68	\$ 1.460,93	41.328,72
28	41.328,72	1.075,19	385,73	\$ 1.460,93	40.253,53
29	40.253,53	1.085,23	375,70	\$ 1.460,93	39.168,30
30	39.168,30	1.095,36	365,57	\$ 1.460,93	38.072,95
31	38.072,95	1.105,58	355,35	\$ 1.460,93	36.967,37
32	36.967,37	1.115,90	345,03	\$ 1.460,93	35.851,47
33	35.851,47	1.126,31	334,61	\$ 1.460,93	34.725,15
34	34.725,15	1.136,83	324,10	\$ 1.460,93	33.588,33
35	33.588,33	1.147,44	313,49	\$ 1.460,93	32.440,89
36	32.440,89	1.158,15	302,78	\$ 1.460,93	31.282,75
37	31.282,75	1.168,96	291,97	\$ 1.460,93	30.113,79
38	30.113,79	1.179,87	281,06	\$ 1.460,93	28.933,92
39	28.933,92	1.190,88	270,05	\$ 1.460,93	27.743,05

40	27.743,05	1.201,99	258,94	\$ 1.460,93	26.541,05
41	26.541,05	1.213,21	247,72	\$ 1.460,93	25.327,84
42	25.327,84	1.224,53	236,39	\$ 1.460,93	24.103,31
43	24.103,31	1.235,96	224,96	\$ 1.460,93	22.867,35
44	22.867,35	1.247,50	213,43	\$ 1.460,93	21.619,85
45	21.619,85	1.259,14	201,79	\$ 1.460,93	20.360,70
46	20.360,70	1.270,89	190,03	\$ 1.460,93	19.089,81
47	19.089,81	1.282,76	178,17	\$ 1.460,93	17.807,05
48	17.807,05	1.294,73	166,20	\$ 1.460,93	16.512,33
49	16.512,33	1.306,81	154,12	\$ 1.460,93	15.205,51
50	15.205,51	1.319,01	141,92	\$ 1.460,93	13.886,50
51	13.886,50	1.331,32	129,61	\$ 1.460,93	12.555,18
52	12.555,18	1.343,75	117,18	\$ 1.460,93	11.211,44
53	11.211,44	1.356,29	104,64	\$ 1.460,93	9.855,15
54	9.855,15	1.368,95	91,98	\$ 1.460,93	8.486,20
55	8.486,20	1.381,72	79,20	\$ 1.460,93	7.104,48
56	7.104,48	1.394,62	66,31	\$ 1.460,93	5.709,86
57	5.709,86	1.407,64	53,29	\$ 1.460,93	4.302,23
58	4.302,23	1.420,77	40,15	\$ 1.460,93	2.881,45
59	2.881,45	1.434,03	26,89	\$ 1.460,93	1.447,42
60	1.447,42	1.447,42	13,51	\$ 1.460,93	0,00

Anexo No. 9: Proyección de Ventas

Proyección anual y mensual de ingresos

No Pax		Semanas Laborables		Días de Operación por Semana	Salidas Diarias		Cantidad Anual		Meses		Cantidad Mensual
15	*	40	*	3 días	1	=	1800	/	12	=	150
15	*	40	*	2 días	1	=	1200	/	12	=	100
15	*	40	*	3 días	2	=	3600	/	12	=	300
15	*	40	*	4 días	2	=	4800	/	12	=	400

Ventas temporada alta

Cantidad mensual		Porcentaje Temporada alta		Ventas por mes
150	*	65%	=	98
100	*	65%	=	65
300	*	65%	=	195
400	*	65%	=	260

Ventas temporada baja

Cantidad mensual		Porcentaje Temporada baja		Ventas por mes
150	*	35%	=	52
100	*	35%	=	35
300	*	35%	=	105
400	*	35%	=	140

Anexo No. 11: Proyección Mensual de Gastos Generales

PROYECCIÓN MENSUAL DEL PRIMER AÑO DE GASTOS GENERALES

DESCRIPCION	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12	TOTAL
GASTOS DE ADMINISTRACIÓN	\$ 6003,03	\$ 5891,09	\$ 5891,09	\$ 5891,09	\$ 5891,09	\$ 5926,09	\$ 5891,09	\$ 5891,09	\$ 5891,09	\$ 5891,09	\$ 5891,09	\$ 5891,09	\$ 70839,98
Sueldos y Beneficios personal administrativo	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 3113,27	\$ 37359,20
Uniformes	\$ 100,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$ 35,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$ 135,00
Servicios Básicos	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 185,00	\$ 2220,00
Renta del local (sólo si es necesario rentar)	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7200,00
Suministros de Oficina	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Servicios de imprenta	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 30,00	\$ 360,00
Materiales de Limpieza	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 35,00	\$ 420,00
Internet (2 oficinas)	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 7200,00
Gastos de movilización	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1800,00
Impuesto (1,5 X MIL)	\$ 11,94	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$ 11,94
Depreciaciones de Activos Fijos	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 1088,65	\$ 13063,83
Amortización	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 39,17	\$ 470,00
GASTOS DE VENTAS	\$ 2032,61	\$ 1932,61	\$ 1932,61	\$ 1932,61	\$ 1932,61	\$ 2154,7	\$ 2119,7	\$ 2119,7	\$ 2119,7	\$ 2119,7	\$ 2119,7	\$ 1932,61	\$ 24771,42
Sueldos y Beneficios personal área de ventas	\$ 1307	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 1307,04	\$ 15684,42
Uniformes	\$ 100,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$ 35,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$,00	\$ 135,00
Publicidad y promoción	\$ 260	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 260,00	\$ 3120,00
Comisiones a agencias	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 28	\$ 53	\$ 53	\$ 53	\$ 53	\$ 53	\$ 53	\$ 28	\$ 806
Comisiones a tarjetas de crédito	\$ 187	\$ 187	\$ 187	\$ 187	\$ 187	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 187	\$ 3226
Gastos de movilización	\$ 150	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 1800,00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 7491,15
Gastos de intereses sobre el préstamo	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 624,26	\$ 7491,15
TOTAL GASTOS GENERALES	8659,91	8447,96	8447,96	8447,96	8447,96	8705,04	8635,04	8635,04	8635,04	8635,04	8635,04	8447,96	103102,54

Anexo No. 13: Cálculo del Periodo de Recuperación

Proyección del Flujo de Caja Anual

Rubros	Inversión Inicial	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Flujo Neto de Caja	\$ (95.550,36)	\$ 79.539,74	\$ 84.917,81	\$ 110.725,02	\$ 140.841,23	\$ 175.949,91

Para calcular el PRC con mayor exactitud se procede de la siguiente

Manera

- Se toma el periodo anterior a la recuperación total (1)
- Se calcula el costo no recuperado al final del año uno: \$ 16.010,62
- Se divide el costo no recuperado entre el flujo neto efectivo del año siguiente (2), $16.010,62 / 79.539,74 = 0.19$
- Se suma al periodo anterior al de la recuperación total (1) y el valor calculado en el paso anterior (1.19)
- El periodo de recuperación de la inversión, para este proyecto y de acuerdo a sus flujos netos de efectivo, es de 1.19 periodos.
- Finalmente se procede a transformarlo en años, meses y días.

$$\text{Años} = 1 \text{ año}$$

$$\text{Meses} = 12 * 0.19 = 2.28$$

$$\text{Días} = 30 * 0.28 = 8$$

El periodo de recuperación exacto es de 1 año, 2 meses y 8 días

