



UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

Facultad de Especialidades Empresariales

Carrera de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras

**PROYECTO DE INVESTIGACION PREVIO A LA OBTENCION DEL TITULO
DE INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS TURISTICAS Y
HOTELERAS**

**IMPLEMENTACION DE TRANSPORTE TURISTICO PRIVADO EN LAS
COSTAS ECUATORIANAS PARA TURISTAS, EJECUTIVOS Y
MINUSVALIDOS.**

CINDY RIVAS

ERICKA VERA

TUTOR: ING. SAID DIEZ FARHAT, MBA.

Guayaquil, 09 de diciembre de 2011

DEDICATORIAS

Este trabajo se lo dedico a los seres que más admiro, mi mamá que ha sido mi héroe y mí el orgullo más grande de mi vida, hermanos Oscar Rivas y Andrés Rivas los amo y son un gran ejemplo de superación y éxito, a mis sobrinos: Guillermo Rivas y Sebastián Rivas que son mi motor para seguir adelante. Con su apoyo hemos podido lograr esta meta tan anhelada de todo ser humano siempre buscando ser la mejor para ustedes.

Cindy Rivas

Dedicado para las personas más importantes de mi vida y por quienes lucho día a día para ser mejor. Para ti mi Dios, para ti madre, Mónica Carrión, a quien todo debo, para mi padre Fermín Vera y hermanos Fermín Vera y Jonathan García, y para mis dos valiosos amores, Andrés Rivas y Sebastián Rivas, mi esposo e hijo.

Ericka Vera Carrión

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios, por la vida, sabiduría y salud para llegar a la meta.

A mi mamá Lic. Norma Cabrera Luna. Mi madre, por brindarme su apoyo durante mi carrera quien me dio la educación y protección formando en mí una gran profesional y persona.

Aquellas buenas amigas, que me ayudaron siempre.

A todos que fueron mis compañeros de aula con quienes compartí experiencias inolvidables y esos amigos, ahora colegas, que nuestra amistad perdure.

Gracias a mi compañera y amiga Ericka Vera, por su esfuerzo y dedicación hoy nuestro sueño es una realidad.

Cindy Rivas

AGRADECIMIENTOS

Agradezco principalmente a las personas que fueron pilar fundamental en el desarrollo de mi proyecto de graduación.

En primer lugar gracias a Dios porque con sus bendiciones y su fe en mi pude alcanzar mi objetivo.

Gracias a mi madre bella, mi ejemplo a seguir y a quien debo la calidad de persona que soy. Sus enseñanzas, valores y virtudes formaron mi carácter y mi personalidad. Su esfuerzo y la manera de ver la vida hicieron que la valore mucho más, y su gran amor y cariño me dan fuerzas para seguir adelante y ser mejor persona, mejor profesional, mejor mujer, mejor hija, mejor madre y mejor esposa.

Gracias a mi suegra, Norma Cabrera, que con su apoyo, esfuerzo y gran amor hacia mi hijo fue posible la realización de este proyecto.

Gracias a mi amiga y compañera de tesis, Cindy Rivas, con quien compartí días y noches de trabajo para alcanzar este objetivo gratificante.

Y por último pero no menos importante, gracias a mi padre, abuelos y profesores, en especial a nuestro tutor, Ing. Said Diez Farhat, quienes estuvieron siempre ahí para guiarme en el camino profesional.

Ericka Vera Carrión

ÍNDICE

CARATULA	I
DEDICATORIA	II
AGRADECIMIENTOS	III
INDICE GENERAL	V
INDICE DE ANEXOS	X
RESUMEN EJECUTIVO	XI
CAPÍTULO I	13
1. LA EMPRESA	13
1.1 La Oportunidad	14
1.2 Descripción de la empresa	17
1.2.1 Razón Social	17
1.2.2. Nombre Comercial	17
1.3 Misión.....	21
1.4 Visión	21
1.5 Valores	21
1.6 Objetivo general	22
1.7 Objetivos específicos.....	22
1.8 Organigrama.....	23
1.9 Cuadro de accionistas.....	23
CAPÍTULO 2.....	24
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	25
2.1. Análisis Macroeconómico.....	25
2.2. Análisis Porter.....	37

CAPÍTULO 3.....	39
3. ENFOQUE TEORICO METODOLOGICO.....	39
3.1 Justificación	40
3.2 Contribución Potencial del Estudio.....	40
3.3 Planteamiento del Problema.....	41
3.4 Objetivos de la Investigación.....	41
3.4.1 Objetivo General.....	41
3.4.2 Objetivos Específicos	41
3.5 Marco Referencial.....	42
3.5.1 Factores sociales	42
3.6 Marco Teórico.....	43
3.7 Marco Conceptual	43
3.8 Marco Legal	45

CAPÍTULO 4.....	48
4. PLAN DE MARKETING	48
4.1. Análisis Situacional.....	49
4.1.1 Análisis del Mercado	49
4.1.2 Análisis de la Competencia.....	50
4.1.3 Análisis FODA	54
4.2 Plan de Investigación	55
4.2.1 Segmentación del mercado	55
4.2.2 Investigación.....	56
4.2.3 Muestreo	57
4.2.4 Modelo de Encuesta.....	58
4.3 Presentación y análisis de los resultados de la encuesta	59
4.4 Posicionamiento	74
4.4.1 Logo.....	74
4.4.2 Slogan	74
4.5 Marketing Mix.....	75

4.5.1 Producto	75
4.5.2 Plaza	77
4.5.3 Precio	80
4.5.4 Promoción	81
4.6 Presupuesto de Marketing	84
CAPÍTULO 5.....	85
5. PLAN OPERATIVO.....	85
5.1.Distribución física del espacio	86
5.2 Días y horas de funcionamiento	86
5.2.1 Frecuencias diarias.....	87
5.3 Proceso de entrega del servicio	88
5.4 Perfiles y funciones de empleados	89
5.5 Política de calidad	94
5.6 Prevención y seguridad	94
5.7 Transporte.....	95
5.7.1 Equipamiento	95
5.7.2 Códigos y claves de comunicación	97
5.7.3 Cuadro de mantenimiento.....	99
5.7.4 Cuadro de costos de mantenimiento	100
5.7.5 SOAT	101
5.7.6 Garaje.....	103
5.7.5 Cuadro de peajes.....	103
5.8 Plan de contingencias	103
CAPÍTULO 6.....	106
6. PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO.....	106
6.1.Inventario Inicial	107
6.2 Balance Inicial.....	108

6.3	Poyección de ingresos	109
6.3.1	Proyección ingresos mensual	111
6.3.2	Proyección ingresos anual	112
6.4	Cuadro de remuneraciones y horas extras	113
6.5	Tabla de amortización	114
6.6	Cuadro de depreciación y amortización	116
6.7	Proyección de gastos	117
6.7.1	Proyección de gastos mensuales	117
6.7.2	Proyección de gastos anuales.....	118
6.8	Proyección de costos de operación.....	119
6.8.1	Proyección de costos mensuales	119
6.8.2	Proyección de costos anuales.....	120
6.9	Estado de resultados	121
6.9.1	Estado de resultados mensual	121
6.9.2	Estado de resultados anual	122
6.10	Flujo de caja anual.....	123
6.11	Evaluación financiera	124
6.12	Balance General	125
6.13	Punto de Equilibrio.....	126
6.14	Análisis de rentabilidad	127
6.15	Análisis de sensibilidad.....	127
CAPÍTULO 7.....		128
7.	CRONOGRAMA Y SISTEMA DE MONITOREO	129
7.1	Cronograma del proyecto	129
7.2	Sistema de monitoreo	129
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....		131

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....133

A N E X O S135

ÍNDICE DE ANEXOS

1. COTIZACIONES.....	135
1.1 Radios y pantallas audiovisuales (MP3 CAR AUDIO).....	135
1.2 Furgonetas Hyundai H1 (ASIA CAR).....	136
1.3 Radios bases y móviles (MARCONI S.A.).....	137
2. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD.....	139
3. RED VIAL DEL ECUADOR.....	141
3.1 Mapa de la red vial del Ecuador.....	141
3.2 Cuadro de distancias.....	142
4. FINANCIERO.....	143
4.1 Cuadro de pasajeros mensual para meses de temporada.....	143
4.2 Cuadro de pasajeros mensual para meses fuera de temporada.....	144
4.3 Cuadro de pasajeros mensual para meses fuera de temporada pero con feriado.....	145
4.4 Modificaciones de ingresos para análisis de sensibilidad.....	146
4.5 Modificaciones de costos para análisis de sensibilidad.....	147

RESUMEN EJECUTIVO

El turismo accesible en el Ecuador es un tema que en la actualidad se esta desarrollando paulatinamente. Con el nuevo gobierno hay más atención e interés por las personas con capacidades especiales y esto es un factor importante debido a que la inclusión de este sector de la sociedad permite el desarrollo del país.

Entre las nuevas tendencias del turismo se puede destacar que en otros países las personas minusválidas viajan y disfrutan de unas placidas vacaciones ya que encuentran en su destino la accesibilidad adecuada para realizar sus actividades. Y por qué no hacer que Ecuador esté entre las principales opciones a elegir como destino turístico por parte de este tipo de turistas, además de que se incentiva dentro del país a viajar a este grupo de personas que han sido desplazadas por la sociedad.

Y es así como nació la idea de este proyecto, queriendo con éste, ser parte del desarrollo evolutivo del país. Es por esta razón que Se ha escogido el sector de la transportación ya que es un elemento importante en la industria del turismo y sirve básicamente para el desplazamiento de personas de un lugar a otro.

Este proyecto consiste en ofrecer servicio de transportación entre la ciudad de Guayaquil y destinos como Playas, Salinas y Manta para turistas en general y personas con capacidades especiales. La empresa prestara servicios al Hotel Rizzo de Guayaquil bajo la figura de outsourcing firmando un contrato de prestación de servicios con el fin de transportar a los huéspedes del hotel y público en general.

Entre los servicios que ofrece la empresa durante el viaje se puede destacar los siguientes:

- Podrá solicitar que se le realice una reservación de hotel o restaurante, los cuales estarán debidamente detallados en una carpeta ilustrativa con precios e información general del establecimiento que tendrá acceso cada pasajero.
- Una bebida soft ya sea una botella de agua o jugo Vivant.

- Acceso a una pantalla audiovisual en la cual tendrá la posibilidad de ver una película o escuchar música desde su USB. Además de que a través de este medio se dará a conocer una breve información turística del destino.
- Al llegar se realizará brevemente un recorrido sobre los lugares más importantes de la zona con el fin de mostrar al turista opciones que durante su estadía podrán visitar.
- Por último pero no menos importante, se ofrece un fácil acceso para minusválidos por medio de una rampa instalada en cada una de las furgonetas, con el fin de que puedan viajar en su propia silla de ruedas y así evitar el posible maltrato por la manipulación del pasajero incapacitado y de esta manera se abarca este mercado olvidado por otras empresas ya existentes.
- Además de un personal capacitado en idiomas y buen servicio al cliente para satisfacer eficientemente las necesidades del turista nacional y extranjero.

Por medio del estudio de mercado se ha detectado la insatisfacción de turistas con relación a los actuales transportes que utilizan para desplazarse hacia los destinos antes mencionados; además de que manifiestan que sí optarían por viajar más cómodos y seguros en un transporte privado si existiere.

Por otro lado, el estudio financiero demuestra la rentabilidad y factibilidad del negocio ya que su TIR es mayor a la tasa de descuento, el VAN es positivo y lo que lo hace más atractivo aun es el periodo de recuperación de la inversión en menos de dos años.

En conclusión, la inversión en este proyecto es una oportunidad para integrar el desarrollo de un turismo accesible en el país, además de que se mejora la visión de los ecuatorianos sobre la transportación terrestre que cada vez más es negativa por el mal servicio al cliente y por unidades de transporte antiguas y sin tecnología alguna.

Es un negocio rentable, viable y sustentable ya que se mantiene a través del tiempo y genera más plazas de trabajo en el país.

CAPITULO I
LA EMPRESA



1.1 OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

ECU Transporte, no solo es una idea de un negocio sino que también es una gran oportunidad que no valdría la pena dejarla pasar.

Hoy en día vemos que el ecuatoriano es un turista por nacimiento, pues tiene más motivos para desplazarse de un lugar a otro, de un cantón a otro, de una provincia a otra y que demanda mejor servicio y comodidad a los medios de transporte escogidos para realizar el viaje. El mercado de turistas entre las provincias del Guayas, Santa Elena y Manabí va en aumento y por lo consiguiente la demanda de transporte también. Es aquí donde ECU Transportes entraría en el mercado para satisfacer estas necesidades.

El negocio tendrá bastante acogida en el mercado objetivo ya que actualmente no existen otras empresas que presten el servicio en las rutas en las cuales ECU Transportes planea operar, es por esta razón que será la primera opción para los turistas que deseen viajar por un precio módico sin dejar a un lado la comodidad y seguridad que no lo prestan los buses públicos.

Por otra parte, la empresa ofrece un valor agregado que la distingue de las demás, como es el servicio de fácil acceso a minusválidos, con lo cual se espera captar también a ese mercado olvidado por la competencia.

El negocio necesitará de un 70% de financiamiento de la Corporación Financiera Nacional (C.F.N.) y el 30% faltantes provendrán de capital de cada uno de los accionistas de la empresa.

El periodo de recuperación de la inversión es a corto plazo demostrándose así en el estudio de factibilidad con lo cual hace atractivo la inversión en el proyecto.

Es una gran oportunidad que generará plazas de trabajo en las tres provincias antes señaladas, en demanda de: cajeras, chóferes, supervisores y demás empleados que se necesite en el transcurso del desarrollo del negocio. Cabe destacar que todo el personal a contratar será de excelente presencia, altamente capacitado en servicio,

atención e idiomas para ofrecer al turista nacional y extranjero un excelente servicio al momento de viajar por la costa del Ecuador.

Ya conocidos en el mercado costeño, se abre la posibilidad de expandirse hacia las provincias de la Sierra y algunas de la Amazonía donde el mercado de transporte privado en estas regiones aún se conserva virgen.

Por último pero no menos importante, este negocio se convierte en una gran oportunidad debido a que las personas que estarán al frente de esta empresa se encuentran totalmente apasionadas por el turismo, por el servicio al cliente, pero sobretodo por dar a conocer a Ecuador y que mejor que brindando el medio indispensable para realizar esta actividad, un transporte privado, cómodo y seguro.

Conocimiento y Experiencia

Las personas que estarán al mando de la gerencia del negocio se encuentran totalmente capacitadas en el campo de la administración pues cuentan con estudios en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil en la Carrera de Ingeniería en administración de empresas Hoteleras y Turísticas.

La experiencia de Cindy Rivas se basa en pasantías realizadas en las Islas Galápagos durante un mes y medio en el cual desarrolló actividades dentro restaurante Chocolate como ayudante de cocina, mesero y hostess; por otro lado estuvo en el Hotel Las Ninfas como ama de llaves. Dentro de la ciudad de Guayaquil trabajo para la Agencia de viajes Seitur en el cargo de counter nacional durante un mes.

Por otro lado, Ericka Vera posee estudios adicionales en el Rosen College of Hospitality Management de Orlando por medio de un intercambio estudiantil. Además, ha realizado pasantías para la Universidad y ha trabajado en la Agencia de viajes Confortuna en el cargo de counter internacional teniendo contacto diario con ciudadanos chinos y de otras nacionalidades; al mismo tiempo que estudiaba en el Centro cultural chino el idioma mandarín durante 3 meses lo que equivale al primer nivel en este idioma.

La experiencia obtenida mediante los viajes realizados a diferentes destinos del Ecuador las capacita totalmente para ofrecer información turística que el turista desea conocer.

1.2 DESCRIPCION DE LA EMPRESA

1.2.1 Razón social:

Compañía de transporte terrestre turístico Ecutransporte Cia. Ltda.

1.2.2 Nombre Comercial:

Ecutransporte Cia. Ltda.

La empresa se constituirá como una compañía de transporte terrestre turístico con una alianza estratégica con el Hotel Rizzo bajo la figura de outsourcing por el cual se firmará un contrato de prestación de servicios.

Para lo cual se necesitará realizar los siguientes pasos:

- Constituir la compañía y para esto se cumplirá con la siguiente documentación:

1. Carta dirigida a la Superintendencia de Compañías, solicitando el nombre de la empresa que se desea constituir, (deberá ser solicitada por un abogado)

2. Se apertura una Cuenta de Integración de Capital a nombre de la Compañía que se va a crear, determinada cuenta deberá cumplir con lo establecido en la Ley de Compañías, (toda sociedad anónima deberá aportar el 25% de capital suscrito y las Compañías Limitadas el 50% del capital)

3. Emitida la Cuenta de Integración, la aprobación del nombre de la empresa, copia de cédulas y certificados de votaciones de los accionistas, se lleva toda la documentación antes descrita, a una Notaria, el cual elabora la Minuta y procede a elevarlo a Escritura Pública (4 testimonios entrega la Notaria)

4. Mediante una Carta se ingresa las Escrituras para que un delegado de la Superintendencia de Compañías, realice el estudio y la aprobación del trámite;

5. Luego de aprobado el trámite se deberá cumplir con los requerimientos que se encuentran especificados en la Resolución Aprobatoria del trámite.

6. El extracto que nos entregan en la superintendencia de compañías, deberá ser enviado a uno de los periódicos de la ciudad, para su respectiva publicación.

7. Se inscribe en el Registro Mercantil de Guayaquil las Escrituras de Constitución luego de ello;

8. Se procede a inscribir los nombramientos de los Representantes Legales de la compañía y;

9. Con todos estos documentos se solicita a la Superintendencia de Compañías, que emita la Hoja de Registro de Sociedades (documento que es obligatorio presentar al SRI para obtener el Ruc.)

10. Por último para obtener el Registro Único de Contribuyente se lleva la siguiente documentación:

1. Original y copia de la Escritura de Constitución o en su defecto copia notariada;

2. Original y copia del Nombramiento del Representante Legal de la Compañía;

3. Copia de cédulas y certificados de votación del representante legal;

4. Formularios 01a y 01b debidamente firmados por el representante legal;

5. Original y copia de planilla de agua, luz o teléfono, la cual deberá estar a nombre de uno de los accionistas, o el gerente o nombre de la compañía; de no tener estos documentos deberá adjuntar contrato de arrendamiento debidamente inscrito en la Corte de Justicia;

6. De realizar el trámite una tercera persona, esta deberá adjuntar una carta de autorización por parte del gerente de la compañía, así como también copia de la cédula de identidad y certificado de votación.

• Obtener el registro de transporte terrestre turístico con la siguiente documentación:

1. Permiso de operación otorgado por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre y Seguridad vial
2. Copia certificada de la escritura de Constitución de la Compañía, debidamente inscrita en el Registro Mercantil y sus reformas, en caso de haberlas
3. Copia del nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
4. Copia del Registro Único de Contribuyentes. R.U.C.
5. Copia a color de la cedula de identidad del representante legal.
6. Copia del comprobante de votación del representante legal.
7. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI)
8. Copia de la matrícula de cada uno de los vehículos a nombre de la compañía.

9. Copia del pago del impuesto predial o contrato de arrendamiento del local debidamente registrado.

10. Inventario valorado de los activos de la empresa firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados.

11. Declaración de activos fijos para la cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el representante legal o apoderado de la empresa.

1.3 MISION

Brindar un excelente servicio de transporte terrestre con rutas hacia las costas ecuatorianas satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes brindando seguridad, confort y calidad; además de desarrollar un turismo accesible dentro de nuestro país.

1.4 VISION

Ser uno de los mejores transportes turísticos privados más confiable a nivel nacional, lograr expandirnos hacia otras regiones del Ecuador con más unidades de alta tecnología cubriendo las exigencias y expectativas del cliente.

1.5 VALORES DE LA EMPRESA

- Puntualidad
- Responsabilidad ante lo pactado
- Excelente servicio al cliente
- Equidad
- Excelencia operativa
- Seguridad

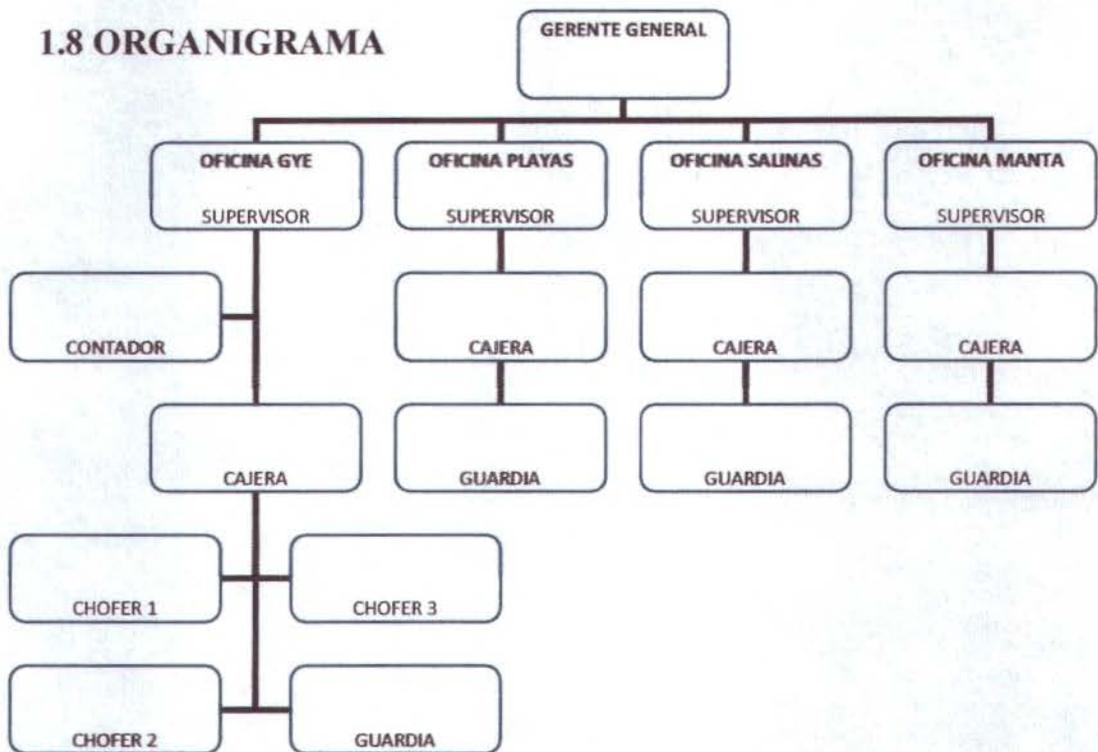
1.6 OBJETIVO GENERAL:

Establecer firmemente la empresa en el mercado de la transportación terrestre generando plazas de trabajo y a su vez contribuir paulatinamente al desarrollo de un turismo accesible o bien llamado turismo para todos.

1.7 OBJETIVOS ESPECIFICOS:

- A partir del segundo año, incrementar las ventas en un 5% anualmente.
- Crear un plan de marketing que permita posicionar a la empresa en las mentes de los consumidores y establecer estrategias competitivas que junto a la diferenciación caracterizara al servicio.
- Crear un plan operativo eficiente que optimice recursos y minimice tiempo y costos.
- A partir del quinto año, y según las utilidades generadas por el negocio, expandir la empresa a otras regiones del Ecuador.

1.8 ORGANIGRAMA



Dentro del personal administrativo constan por cada oficina:

- Un supervisor
- Una cajera
- Un guardia de seguridad

Por otro lado, existirá un solo contador para la empresa, y éste estará en la oficina principal en este caso en Guayaquil.

Dentro del personal operativo constan tres chóferes y su base principal será la oficina de Guayaquil.

1.9 CUADRO DE ACCIONISTAS

CUADRO DE ACCIONISTAS		
ACCIONISTAS	%	CAPITAL
CINDY RIVAS	50%	\$ 24.529,62
ERICKA VERA	50%	\$ 24.529,62
TOTAL	100%	\$ 49.059,25

CAPITULO II
ANALISIS DEL ENTORNO

2.1 ANALISIS MACROECONOMICO (P.E.S.T)

A continuación se analizará el ámbito macroeconómico en el que se desenvolverá la empresa en función de conocer las variables que influyen en el entorno tales como: político, económico, social y tecnológico.

POLITICO

En cuanto al aspecto político que influye sobre el negocio se puede destacar la última reforma hecha por el Pleno de la Asamblea Constituyente a la Ley de Tránsito y transporte terrestre del Ecuador.

Entre los factores que se encontraron para realizar la reforma de esta ley están las siguientes:

- Que, la Ley de Tránsito y Transporte Terrestres, publicada en el Registro Oficial No. 1002 de agosto de 1996, ha sido objeto de varias reformas, y presenta una serie de disposiciones contradictorias e inconsistentes;

- Que, ha existido una proliferación desordenada de operadores por cuanto no existe un marco jurídico que organice, regule y controle la actividad del transporte terrestre a nivel nacional;

- Que, a pesar de su preponderancia en el desarrollo del país, el transporte terrestre no ha sido considerado como un sector estratégico de la economía nacional;

- Que, existen deficiencias en la determinación de funciones y el establecimiento de Responsabilidades para cada uno de los organismos que intervienen en la actividad del transporte terrestre, lo que ha ocasionado que la ley no pueda aplicarse adecuadamente;

- Que, la Ley de Tránsito y Transporte Terrestres no contempla aspectos relacionados con la prevención;

- Que, el marco legal vigente resulta insuficiente inapropiado para las demandas del Estado y la sociedad en su conjunto;

- Que, nunca se han dictado verdaderas políticas en el ámbito del transporte, para garantizar a los ciudadanos la seguridad en la movilidad;

- Que, es necesario contar con una nueva ley, de carácter eminentemente técnico, que de forma integral norme en su conjunto los diversos aspectos relacionados con la materia de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial;

Luego de presentar estas razones la Asamblea Constituyente expide la Ley orgánica de transporte terrestre, tránsito y seguridad vial.

Tipo de gobierno

Actualmente, la mayoría de los países de Latinoamérica están gobernados por presidentes que se inclinan por las corrientes populistas o socialistas; y Ecuador no es la excepción.

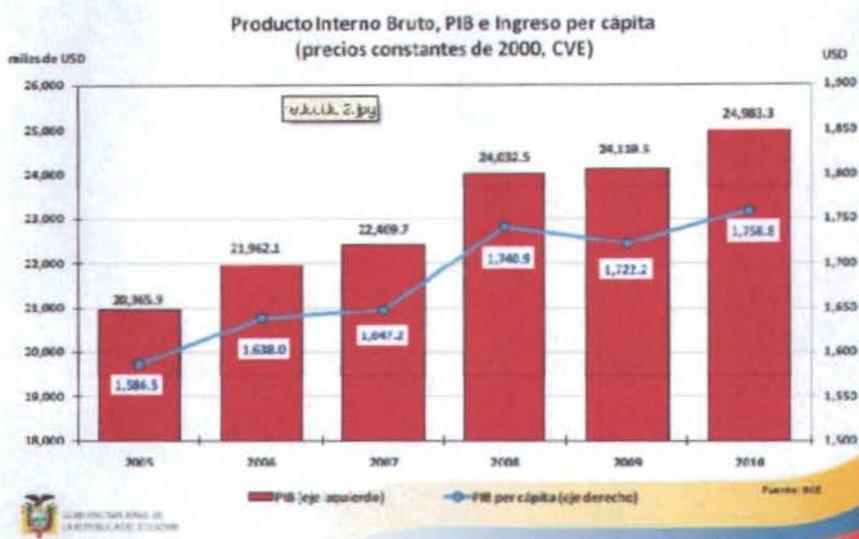
Rafael Correa, presidente de la República, ganó las últimas elecciones debido a que la mayoría de votantes a favor de él les cautivó la preocupación e igualdad de clases sociales que proponía en su campaña electoral.

Ecuador está bajo un régimen de poder socialista pero aun democrático en cierto sentido, y este tema preocupa mucho no solo a los ecuatorianos sino también a posibles inversores del extranjero.

ECONOMICO

Las diferentes estadísticas económicas presentadas por el Banco Central del Ecuador ayudarán a establecer conclusiones sobre el entorno económico que rodearía el negocio.

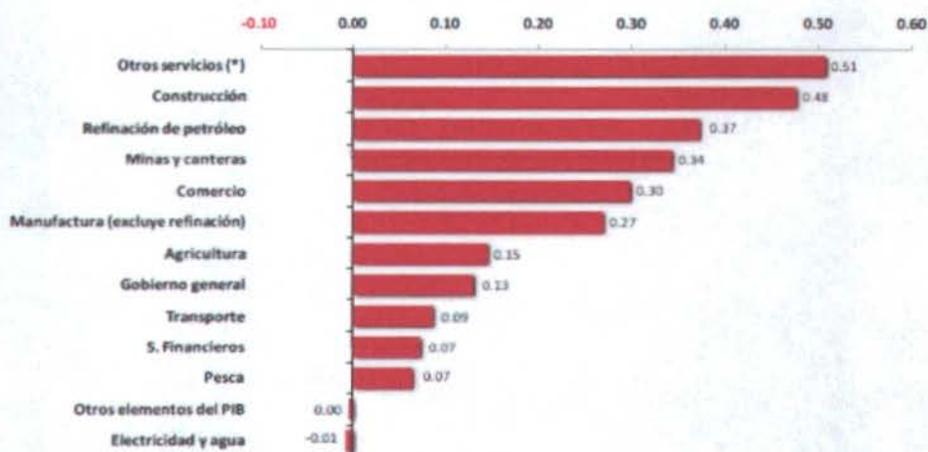
En el año 2010, el PIB per cápita se incrementó en 2.12% (al pasar de USD 1,722.2 en 2009 a USD 1,758.8 en 2010), resultado de la recuperación de la crisis económica mundial del año 2009. El crecimiento del PIB en el 2010 fue de 3.58%.



Fuente: Banco Central del Ecuador

En el cuarto trimestre de 2010, los *Otros Servicios**, *Construcción (pública y privada)*, *Elaboración de refinados de petróleo, minas y canteras*; y, *Comercio (al por mayor y menor)*, fueron las actividades económicas que más contribuyeron al crecimiento del PIB.

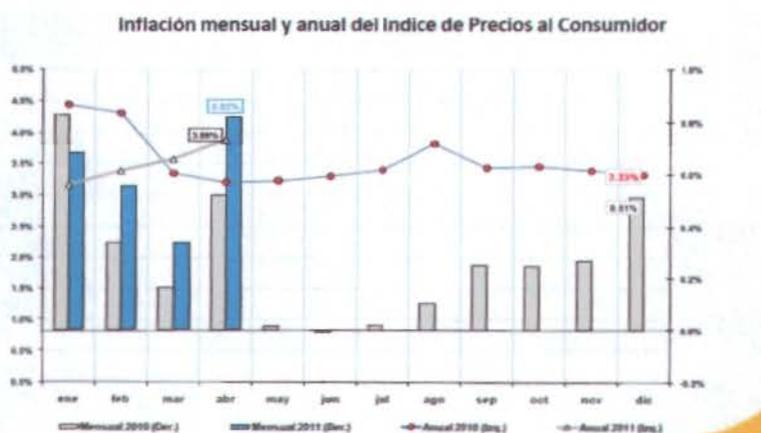
**Contribución de las industrias a la variación trimestral del PIB
precios constantes de 2000, tasas t/t-1, CVE
- cuarto trimestre de 2010-**



* Incluye Hoteles, bares y restaurantes; comunicaciones; alquiler de vivienda; servicios a empresas y hogares; salud y educación pública y privada

Fuente: Banco Central del Ecuador

La inflación mensual de abril 2011 se ubicó en 0.82%, mostrando aceleración respecto de los tres meses anteriores y con indicativos de estacionalidad en dicho mes, ya que los precios al consumidor de igual mes del año anterior, aumentaron en 0.52%. En términos anuales, la inflación continúa aumentando, al situarse en el 3.88%.



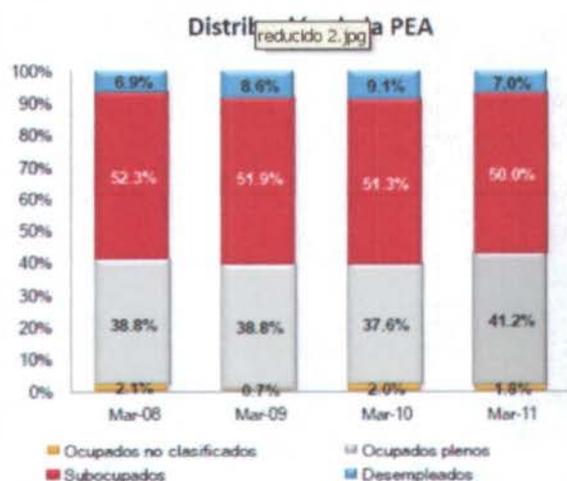
Fuente: Banco Central del Ecuador

La inflación acumulada del periodo enero-abril 2011 de los cuatro sectores analizados se ubicó por sobre los porcentajes alcanzados en igual período de 2010, siendo la inflación acumulada del sector *Agropecuario y pesca* la de mayor porcentaje (5.68%).



Fuente: Banco Central del Ecuador

La estructura del mercado laboral con respecto a la PEA en marzo 2011, no ha sufrido mayores alteraciones, en donde la mayor parte de la PEA se ubicó en los subocupados(50.0% del total); la tasa de ocupación plena fue la segunda en importancia al situarse en 41.2%; le sigue la tasa de desocupación total (7.0%). Estos resultados con respecto al mes de marzo 2010, evidencian que los subocupados y los desempleados disminuyeron en 1.3 y 2.1 puntos porcentuales, respectivamente, en tanto que los ocupados plenos aumentaron en 3.6 puntos porcentuales.



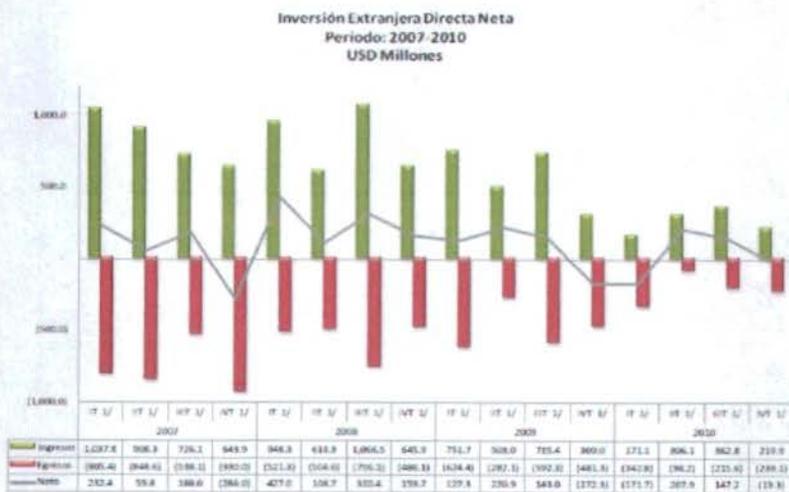
Fuente: Banco Central del Ecuador

El Índice de Confianza del Consumidor(ICC) alcanzó un valor de 42.1puntos en el mes de marzo de 2011, éste valor es superior al registrado en los dos primeros meses del año.



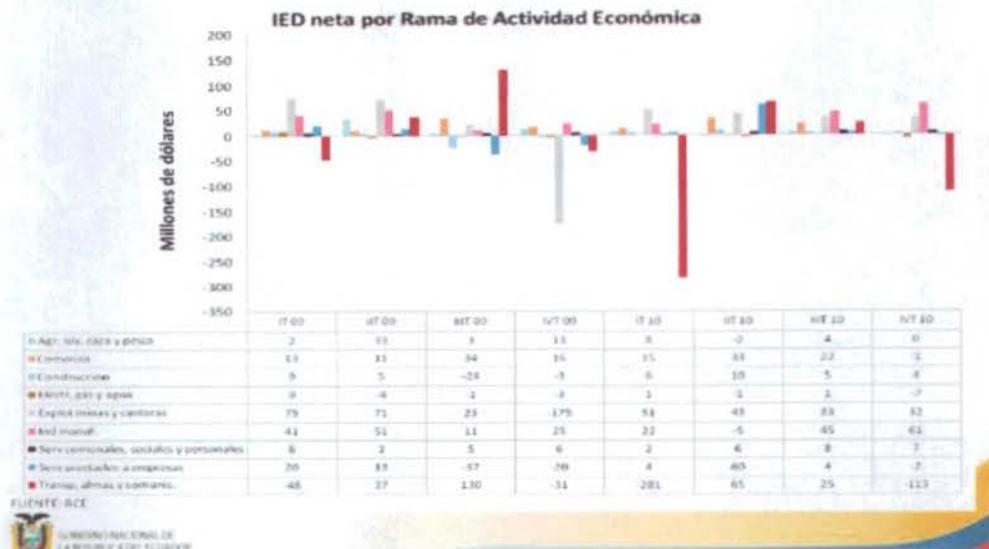
Fuente: Banco Central del Ecuador

Durante el cuarto trimestre de 2010, el flujo de la IED fue de USD -19.3 millones, desglosados de la siguiente manera: USD 75.1 millones correspondió a capital fresco, USD 64.9 millones a utilidades reinvertidas y USD -159.4 millones a amortizaciones netas de capital de empresas relacionadas con sus afiliadas.



Fuente: Banco Central del Ecuador

Los mayores flujos de Inversión Extranjera Directa, durante el IV trimestre de 2010, se canalizaron especialmente hacia las siguientes actividades económicas: *Industrias manufactureras* (USD 61 millones), *Explotación de minas y canteras* (USD 32 millones) y *Servicios comunales, sociales y personales* (USD 7 millones).



Fuente: Banco Central del Ecuador

TECNOLOGICO

Las nuevas tecnologías en el turismo

(Lacramioara Chirila, L. (s.f.)) El desarrollo del sector turístico es un fenómeno que se ha disparado últimamente como consecuencia de toda una serie de factores, entre los que cabe destacar la creciente globalización, los cambios en la demanda, la flexibilidad en los trámites de fronteras, el descanso creciente retribuido, el aumento de la competencia o la aceleración del desarrollo y difusión de nuevas tecnologías, entre las que se encuentran las de información y comunicación.

Evolución de las nuevas tecnologías en el turismo

Dos hechos permiten pensar en una estrecha interrelación entre la industria turística y la informática, por un lado el hecho del que el turismo al ser la primera industria mundial se convierte, potencialmente en el principal cliente de la industria informática, y por otro lado el hecho de que la información está en los mismos cimientos de la industria turística.

Por otra parte, ambos sectores, el de las nuevas tecnologías y el de la industria turística, pueden considerarse como los sectores emergentes en la segunda mitad del siglo XX.

Además la industria turística era y es atractiva para el desarrollo de tecnologías de información: el turismo es una actividad interterritorial que promociona y comercializa actividades ofrecidas lejos del lugar donde se encuentra el cliente y por otro lado, al formar parte de una industria que involucra ocio y entretenimiento, necesita medios de promoción basados en medios audiovisuales que resulten atractivos.

Sin lugar a dudas, las tecnologías de información han revolucionado el panorama de los negocios en el mundo. Las tecnologías han modificado las industrias hoteleras, de restaurantes, de servicios de viajes, del sector de intermediarios como tour operadores y agencias de viajes y ahora juegan un papel fundamental en las reglas que rigen el mundo de negocios y en la forma de acercarse a los clientes. Las ventajas de las nuevas tecnologías en cuanto a incremento de la competitividad, reducción de errores y creación de nuevas funcionalidades son incuestionables en cualquier sector, incluyendo el turístico.

El futuro

El sector turístico ha vivido un crecimiento espectacular en los últimos años y ya supone el 10 % del Producto Interior Bruto Mundial. Su desarrollo ha supuesto también que se produzcan variaciones notables en el mercado laboral. En la actualidad, el Turismo genera 200 millones de empleos.

En 2004 se registraron en el mundo 702,6 millones de llegadas de turistas internacionales, que generan ingresos evaluados en 474.000 millones de dólares, es decir, el 7 % del valor de las exportaciones de bienes y servicios que se realizaron a nivel mundial aquel año.

La Organización Mundial de Turismo (OMT) estima que, en 2020, el número de turistas duplicará el actual, de forma que rebasará los 1.560.000 millones de personas. Esta prospectiva se basa en factores económicos: mayor desarrollo a nivel mundial, aumento de la renta disponible por los ciudadanos, etc. y factores sociológicos: aumento de parejas sin hijos y hogares unifamiliares, incremento de los niveles educativos, mayor proporción de personas de mayor edad, expansión del número de jubilados, etc.

Esa evolución va acompañando con el creciente desarrollo y significación de las tecnologías informáticas en este sector.

Las nuevas generaciones van a estar más acostumbrados a las reservas y las aplicaciones en la Red, nuevas formas de distribuciones e innovaciones serán muy probables.

Un ejemplo para innovaciones es Robotiker, centro tecnológico especializado en tecnologías de la información y de las telecomunicaciones, que ha desarrollado un sistema basado en tecnología GPRS-UMTS para la provisión de servicios turísticos.

El objetivo del proyecto es dotar a los turistas de guías de viajes personalizadas. El sistema permite visualizar rutas predefinidas, proporcionar información de puntos de interés, ayudar al turista en sus desplazamientos por la ciudad. Todo ello de acuerdo al perfil del turista (si viaja solo, en familia, con o sin niños, si se trata de una persona discapacitada, sus aficiones, etc.) y a una serie de factores que el propio sistema gestiona y controla, de forma totalmente transparente para el usuario.

Pero viajando y aplicando las nuevas tecnologías no debemos olvidar la sostenibilidad del propio sector y su entorno, si desarrollamos nuevas líneas de Investigación y Desarrollo relacionándolas con Sostenibilidad no sólo cabe centrarse en un establecimiento, sino que hay que fijarse en un espacio y ámbito más amplio.

En estas políticas deben intervenir conjuntamente tanto el sector público como el privado. La introducción de nuevas tecnologías aplicadas a la sostenibilidad debe contar con el soporte institucional público pero también con una adecuada inversión y gestión hotelera.

Se conseguirá una mayor sostenibilidad en el sector turístico si se utilizan adecuadamente las herramientas que aportan las nuevas tecnologías y si también se aplican con la mayor eficiencia en la sociedad de la información. Las cifras mundiales demuestran que el Turismo se produce con mucha mayor magnitud en los países desarrollados, que en los que están en vías de desarrollo. Los primeros países en visitas son Estados Unidos en primer lugar, Francia en segundo y España en tercero.

El turismo puede generar los siguientes peligros:

- Favorece el crecimiento incontrolado de las regiones afectadas
- Produce excesos urbanísticos
 - Destruye incontables recursos naturales
 - Implica una globalización cultural, a menudo enfrentada a la conservación de la identidad de los pueblos.

Las nuevas tecnologías pueden generar las oportunidades:

- Favorecen el intercambio cultural
- Potencian el turismo interesado en la identidad de los pueblos
 - Facilita el desarrollo económico de áreas que antes interesaban menos a los agentes turísticos
 - Permiten la segmentación del mercado y la creación de nuevos servicios
- Aportan nuevas herramientas que contribuyen a la sostenibilidad (consumos energéticos, agua, residuos.)

SOCIO-CULTURAL

TASA DE CRECIMIENTO POBLACIONAL

Tasa de crecimiento: 1,443% (2011 est.)

Año	Tasa de crecimiento	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2008	0,94	133		2008 est.
2009	1,5	88	59,57 %	2009 est.
2010	1,47	83	-2,00 %	2010 est.
2011	1,44	83	-2,04 %	2011 est.

Fuente: INEC

TASA DE NATALIDAD

Tasa de natalidad: 19,96 nacimientos/1.000 habitantes (2011 est.)

Año	Tasa de natalidad	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2006	22,29	90	-1,68 %	2006 est.
2007	21,91	93	-1,70 %	2007 est.

2008	21,54	93	-1,69 %	2008 est.
2009	20,77	94	-3,57 %	2009 est.
2010	20,32	90	-2,17 %	2010 est.
2011	19,96	90	-1,77 %	2011 .

Fuente: INEC

ÍNDICE DE EMIGRACIÓN E INMIGRACIÓN

Tasa de migración neta: -0,52 migrante(s)/1.000 habitantes (2011 est.)

Año	Tasa de migración neta	Posición	Cambio Porcentual	Fecha de la Información
2008	-7,98	167		2008 est.
2009	-0,81	119	-89,85 %	2009 est.
2010	-0,66	148	-18,52 %	2010 est.
2011	-0,52	138	-21,21 %	2011 est.

Fuente: INEC

2.2 ANALISIS PORTER

a) PODER DE PROVEEDORES.

Entre los proveedores que tiene la empresa podemos destacar los siguientes:

Las empresas que proveen llantas son:

- Andrés Borbor
- Z llantas
- Continental

Las empresas que proveen combustible son:

- Petrocomercial
- Primax
- Movil

La empresa que provee el mantenimiento

- Hyundai

La empresa que nos proveen bebidas para los pasajeros

- Coca-Cola Company

En cuanto a los proveedores de llantas y combustible se puede decir que su poder es bajo, pues se cuenta con varios de ellos, en caso de que uno falte o suba su precio cuenta con otro, por esta razón el costo de cambiar de proveedores es bajo.

Por otro lado, en el proveedor de mantenimiento su poder es alto debido a que se debe hacer mantenimiento obligatoriamente con la concesionaria donde se adquirió el carro para no perder la garantía.

b) RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.

El grado de rivalidad entre competidores es medio porque en la industria de transporte en Ecuador esta monopolizada, y actualmente esta en constante crecimiento.

El poder es alto ya que el consumidor tiene varias opciones para elegir y cada vez es más difícil poder entrar en este mercado.

c) PRODUCTOS SUSTITUTOS.

No hay demasiados productos sustitutos en el mercado por lo tanto su poder es bajo.

Entre los sustitutos se puede mencionar las empresas que alquilan las furgonetas a un determinado número de pasajeros y precio, la inclinación de los compradores hacia estos productos es baja debido a que no brindan el servicio que estos están buscando.

d) PODER DE LOS COMPRADORES.

El poder de los compradores es alto pues son sensibles al precio y la empresa depende netamente de sus pasajeros.

En la actualidad los compradores tienen acceso a la información de los demás competidores y esto hace que no sea fácil acceder a ellos y se corre el riesgo de perder clientes.

e) BARRERAS DE ENTRADA.

Entre las barreras que se pueden presentar a nuevos competidores para entrar en el mercado esta, la política del Gobierno con sus reformas a la ley de tránsito, contar

con un gran capital para inversión y lograr que los clientes identifiquen la marca de la empresa en poco tiempo, por lo tanto el poder es alto.

CAPITULO III

ENFOQUE TEORICO METODOLOGICO

TEMA DE INVESTIGACION:

FURGONETAS ADAPTADAS PARA PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES (MINUSVALIDOS) COMO MEDIO DE IMPULSO AL TURISMO PARA TODOS.

3.1 JUSTIFICACION:

Siguiendo con los lineamientos del Programa Nacional Turismo para Todos, Alternativa para el desarrollo; la empresa se ve vinculada con este proyecto presentado por el Ministerio de Turismo del Ecuador que entre sus fases complementarias potenciará el uso adecuado del tiempo libre de las personas discapacitadas, lo cual corresponde al proyecto ya que se enfoca en incluir al mercado las personas minusválidas en el turismo ecuatoriano.

La inclusión social de personas con capacidades especiales actualmente está siendo impulsada por la Vicepresidencia de la República y es un tema que tiene una gran aceptación. Es por esta razón se cree que incluir a este grupo de personas para que sean participantes activos de la actividad turística influirá positivamente en el desarrollo del turismo ecuatoriano y mejorará tanto el aspecto económico como el social.

3.2 CONTRIBUCION POTENCIAL DEL ESTUDIO:

La presente investigación ayudará a obtener información actualizada sobre un campo aún no explotado como lo es los minusválidos en el Ecuador y la falta de medios de transporte adaptados para su movilización lo cual permitirá entrar en el mercado de manera segura. La información obtenida servirá de apoyo para otras investigaciones que necesiten los datos de este estudio para futuros proyectos y así servir de fuente de información para estudiantes, empresarios y demás personas que estén interesadas en este tema.

Este estudio ayudará a garantizar que este proyecto satisfará una necesidad existente dentro de la sociedad ecuatoriana como son las personas con capacidades

especiales y la manera de cómo se las puede incluir para impulsar el turismo y que sea accesible en un futuro para todos.

3.3 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA:

La inclusión social sigue siendo un problema a nivel mundial, debido a que los discapacitados sufren discriminación al no encontrar fácil acceso al momento de realizar sus actividades.

Según Millán (2010) “A pesar de los avances que se han conseguido para las personas discapacitadas y de la regulación de sus derechos, las dificultades siguen estando presentes cuando se trata de practicar numerosas actividades. Estas limitaciones se extienden también a su capacidad para disfrutar de un derecho básico de las personas: el ocio y el turismo.” (p.102)

¿Cuáles son los factores que inciden en la sociedad para no atender los requerimientos de transportación terrestre para personas minusválidas?

3.4 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACION:

3.4.1 Objetivo General:

Investigar los factores que no permiten la implementación de suficientes unidades de transporte terrestre adaptadas para personas con capacidades especiales (minusválidas) y que estancan el desarrollo de un turismo para todos.

3.4.2 Objetivos Específicos:

- Cuantificar las empresas que ofrecen transporte terrestre adaptado para las necesidades de las personas con capacidades especiales.
- Evaluar los comentarios de las personas con capacidades especiales sobre su experiencia vivida al momento de viajar en un transporte terrestre.
- Analizar el desarrollo del turismo accesible en el Ecuador.

3.5 MARCO REFERENCIAL:

En su estudio Fernández Alles (2009) exprese que:

El segmento de mercado que integran las personas que padecen algún tipo de discapacidad está cobrando relevancia cada vez mayor para el turismo. El elevado número de efectivos que integran este segmento de mercado, así como su potencial de crecimiento, unido a su creciente participación en el mercado turístico, los ha llevado a su consideración como oportunidad de negocio para el sector turístico. Por ello, es importante conocer las necesidades y deseos de las personas discapacitadas en su comportamiento como turistas, tratando de perfilar una oferta turística cuyo contenido esté adaptado a las mismas, a su vez que contribuya a dar una mayor satisfacción a los turistas discapacitados y una mayor competitividad a las empresas turísticas. (p. 215.)

Según Cooperativa de Servicios Municipales de Perú, Coopsemul (2009):

La falta de accesibilidad tiene efectos negativos directos en las cifras de recepción de turismo. Muchos turistas y potenciales viajeros tienen problemas de accesibilidad, especialmente aquellos que tienen discapacidades físicas o sensoriales, personas mayores o frágiles, embarazadas, familias con niños pequeños, personas con una enfermedad crónica o con una discapacidad temporal. Todas estas personas necesitan un turismo accesible. (p. 4)

3.5.1 Factores sociales

Según Coopsemul (2009) el turismo accesible “permite el acceso de todos al turismo y el ocio y sin distinciones por razones de edad, desigualdad, etc. Por ejemplo, actualmente, existen unos 650 millones de personas con discapacidad en todo el mundo.”(p.4)

En el mismo estudio, Coopsemul (2009) asegura que:

El papel que juega el transporte accesible en el turismo accesible es muy importante ya que:

- Permite el acceso a todos a los recursos y destinos turísticos
- Produce una mayor demanda, ya que los transportes accesibles favorecen la cuota del mercado turístico y el número de usuarios

- Desestacionalización de la demanda de transportes accesibles fuera de temporada alta También tiene un papel determinante en la inclusión y participación social de las personas con discapacidad

- Produce una mejor calidad e imagen del sector turístico, y también de sus destinos, empresas y servicios turísticos. (p.4)

3.6 MARCO TEORICO:

En esta misma línea se sitúan los análisis críticos de otros autores americanos como Gary Albrecht (1992), Michael Bury (2001), Gerben DeJong e Ian Basnett (2001), quienes consideran que:

La discapacidad está producida por “el negocio de la discapacidad”, en el que se incluyen no sólo los servicios oficiales, sino también las iniciativas particulares, incluso las emprendidas por las propias personas con discapacidad, pues la discapacidad y la rehabilitación se han convertido en mercancía y en objeto de interés comercial. Los citados análisis sobre políticas económicas y la disposición de servicios llevan a estos autores a señalar la necesidad de modificar la organización política basada en modelos paternalistas de provisión de servicios. En coincidencia con los objetivos del movimiento de vida independiente de las personas con discapacidad, proponen trabajar hacia otro tipo de organización de los bienes y servicios, donde se priorice la información, la capacitación, la autogestión y el control de las propias personas usuarias. (p.589)

3.7 MARCO CONCEPTUAL:

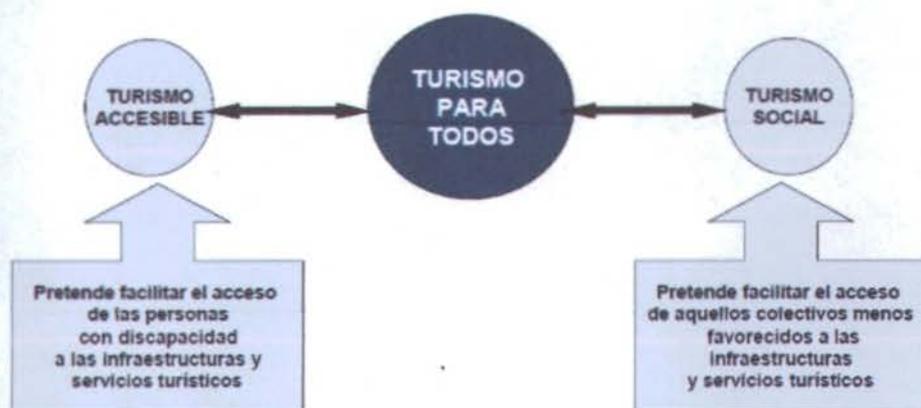
- Turismo accesible: Según Fernández Alles, (2009) “entendida como aquella que persigue la supresión de las barreras al turismo realizado por personas con discapacidades” (p. 214)

- Turismo para todos: Según Fernández Alles (2009) “el turismo para todos a diferencia del anterior, no se limita a la eliminación de barreras físicas sino que tiene por finalidad lograr que los entornos turísticos puedan ser

disfrutados en igualdad de condiciones por cualquier persona, discapacitada o no. (p.215)

Por otro lado, Marcos Pérez, D. & González Velasco, D. J. (2003) expresan que:

El turismo accesible se ha concebido desde sus inicios como aquel que garantiza el uso y disfrute del turismo a las personas que padecen alguna discapacidad física, psíquica o sensorial. Sin embargo, el turismo social parte de una concepción más amplia de sus potenciales beneficiarios al tener por objeto la lucha contra las desigualdades y exclusión de todos aquellos que tienen una cultura diferente, poseen menos medios económicos o habitan en regiones menos favorecidas. En definitiva, la conjunción de estos dos conceptos, turismo accesible y turismo social, hacen posible la consecución de un verdadero turismo para todos. (p. 16)



Fuente: Mazars Turismo

• Inclusión social:

Según Hernández, et.al. (2008) El concepto inclusión social podría definirse como un proceso que asegura que aquellas personas en riesgo de pobreza y exclusión social aumenten las oportunidades y los recursos necesarios para participar completamente en la vida económica, social y cultural, así como para gozar de unas condiciones de vida y de bienestar que

se consideran normales en la sociedad en la que viven. La inclusión social, por tanto, trata de asegurar una mayor participación de las personas en la toma de decisiones que afecta a sus vidas y el acceso a sus derechos fundamentales. (p. 366)

- Discapacidades:

Según OMS (2011) es un término general que abarca las deficiencias, las limitaciones de la actividad y las restricciones de la participación. Las deficiencias son problemas que afectan a una estructura o función corporal; las limitaciones de la actividad son dificultades para ejecutar acciones o tareas, y las restricciones de la participación son problemas para participar en situaciones vitales.

Por consiguiente, la discapacidad es un fenómeno complejo que refleja una interacción entre las características del organismo humano y las características de la sociedad en la que vive.

- Minusvalía: Según Méndez (1991) “es una condición de desventaja para un individuo determinado, consecuencia de una deficiencia o discapacidad, que limita o impide el desempeño de un rol que es normal en su casa, en función de la edad, sexo y factores socioculturales” (p.28)

3.8 MARCO LEGAL:

El marco normativo que rige este proyecto se basa en las siguientes leyes:

Ley para personas con discapacidad

En la Constitución del Ecuador del 2008 que rige actualmente en el país las personas con discapacidad se ven amparadas en el Art. 47.- “El Estado garantizará políticas de prevención de las discapacidades y, de manera conjunta con la sociedad y la familia, procurará la equiparación de oportunidades para las personas con discapacidad y su integración social. “ (p.32)

Además de los artículos 48 y 49 expuestos en la constitución. Por otro lado el Régimen del buen vivir de la Constitución en el artículo 340 promulga que “El sistema nacional de inclusión y equidad social es el conjunto

Articulado y coordinado de sistemas, instituciones, políticas, normas, programas y servicios que aseguran el ejercicio, garantía y exigibilidad de los derechos reconocidos en la Constitución y el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo. (...)” (p.159)

Según el artículo 394 que regula el transporte “El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias.”

Ley Orgánica de Transporte terrestre, tránsito y seguridad vial

Recientemente la Asamblea Constituyente reformó la antigua ley de tránsito con el fin de mejorar las leyes que controlan los transportes terrestres y sus actividades.

Por ser este proyecto netamente de transportación terrestre se ve obligado a regirse por esta ley.

Ley de Turismo

Por enfocarse en promover el turismo dentro de la costa ecuatoriana constituyendo así como una operadora de turismo, tendrá que regirse por la ley de turismo y entre sus generalidades se destaca el artículo 1” La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.” (p. 1)

Reglamento de transporte terrestre turístico

Debido a que se desarrolla la actividad de transportación, y por pertenecer a la rama turística, la empresa se ve obligada a regirse por este reglamento para el cumplimiento de la ley.

Código de trabajo

Para la contratación de personal capacitado para ejercer las actividades y cargos de la empresa, se debe regir por el código de trabajo sobre los deberes y obligaciones tanto del empleador como del empleado.

CAPITULO IV
PLAN DE MARKETING

4.1 ANALISIS SITUACIONAL

4.1.1 Análisis del Mercado:

En los últimos años vemos que el mercado ecuatoriano es muy cambiante y diferente al de antes. De acuerdo con el último censo realizado en Ecuador la población total es de 14.306.876 de habitantes con una tasa de crecimiento de 1.44.

Hoy en día una familia ecuatoriana está formada por cuatro miembros, es más fácil encontrar parejas unidas en unión libre que legalmente unidas en matrimonio, alrededor del 24% de los hogares estarán formados por personas solteras; todo esto debido a la crisis económica que se ha ido desarrollando con el pasar de los años.

De acuerdo con Mora (2003), “los hogares nuevos cuentan con dos fuentes de ingresos. Son hogares que normalmente tienen más dinero para gastar y menos tiempo para gastarlo.”

Por otro lado, Ecuador ha adquirido nuevas formas de comprar y pagar de las cuales se puede destacar las que se hacen vía Internet. Esta herramienta es indispensable entre los ecuatorianos ya que facilita la comunicación, transportación, localización, las actividades comerciales (compra y venta) entre otras. Según Cattani (s.f) “en promedio, 70% de las decisiones de compra se toman en el Punto de Venta.”

De acuerdo con la Revista Líderes:

Entre el 2007 y el 2010, el aumento de burócratas y el alza de sueldos en el sector público han sido dos elementos importantes para que se haya aumentado el poder adquisitivo de la clase media en el país.

En este estrato socioeconómico se ubica casi la mitad de la población (49,9%), según los estudios del Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC).

En los últimos cuatro años, que coinciden con el mandato presidencial de Rafael Correa, el gasto de la clase media en el Ecuador ha crecido y se ha orientado a la compra de

automóviles, viviendas, alimentación, belleza y cuidado personal, TV pagada, viajes al exterior, etc.

Al momento de pagar, los ecuatorianos optan por diferir sus pagos con sus respectivas tarjetas de crédito, pero ese no sería el caso en la empresa debido a que los boletos no se diferirán sino que al contrario tendrían que ser pagados al momento de su adquisición.

Entre los factores económicos, según el INEC la canasta básica familiar a mayo 2011 se encuentra alrededor de \$557.43 en una economía estable por el momento. El índice del Precio al Consumidor es de 0.35% y el nivel de subempleo es de 50% (relación entre subempleo y PEA).

La inflación mensual de abril 2011 se ubicó en 0.82% y en términos anuales, la inflación continúa aumentando, al situarse en el 3.88%. El Índice de Confianza del Consumidor (ICC) alcanzó un valor de 42.1 puntos en el mes de marzo de 2011.

4.1.2 Análisis de la competencia:

Actualmente, existen dos empresas ya establecidas en el mercado de la transportación turística privada con varios años de trayectoria hacia dos de los destinos en los cuales ECU Transportes planea operar (salinas y manta). Cabe destacar que estas compañías no prestan el mismo servicio que la empresa espera ofrecer por lo que tendría varios valores agregados que la diferenciarán de las demás. A continuación, se nombrará a las compañías que constituyen la competencia directa, indirecta y sustitutos de ECU Transportes:

Competencia directa:

• *Turismo Ruta del Sol*

Es una empresa de transportación turística y esta guiada a cubrir las necesidades más exigentes de los clientes tanto Nacionales como Extranjeros para hacer más placentera su estadía en el país. En este servicio la cooperativa funciona en Guayaquil, en el hotel Ramada, y ofrece viajes a Salinas por \$10 (diez dólares

americanos) o a Montañita y Playas, en carros pequeños y furgonetas alquilándolas totalmente.

• ***Manta Express***

Como su nombre lo indica, esta compañía ofrece viajes privados a Manta en cómodas furgonetas por el valor de \$10 (diez dólares americanos). La oficina en Guayaquil se ubica en la Av. del Ejército y 9 de octubre, en el Hotel Oro Verde. Y a su vez la oficina en Manta se ubica exactamente al frente de la famosa playa El Murciélago.

Competencia indirecta:

Las siguientes empresas realizan viajes con destino a Machala ida y vuelta desde Guayaquil por el precio de \$10 (diez dólares americanos).

• ***Oro Guayas***

Esta empresa trabaja con destino a Machala, El Guabo y Pasaje, brindando un viaje confortable y seguro hacia su destino. El valor del pasaje de Guayaquil a Machala es de \$10 (diez dólares americanos).

• ***Serviklass***



• ***Coturcip***



• ***Machalatur***



Las siguientes empresas ofrecen el mismo servicio pero a otros destinos:

• *Operazuaytur*

Operazuaytur Cia.Ltda.

Es una Operadora de Turismo, se dedica al desplazamiento de grupos entre Cuenca y Guayaquil por \$12 (doce dólares americanos). Cuenta con dos Oficinas en las ciudades de Cuenca y Guayaquil.

• *Lucy Express*



Brinda traslados entre Quito y Guayaquil y viceversa, en vehículos solo para 8 y 12 pasajeros, con servicio a domicilio al inicio y al final del recorrido.

Durante todo el viaje ofrecen películas DVD, o de su música preferida con un magnífico sistema de sonorización, Aire Acondicionado o calefacción según la temperatura que el ambiente necesite.

Además durante el trayecto, los viajeros disfrutan sin costo de bebidas y snacks de primera calidad.

• *Transporte Público Interprovincial*

Las siguientes cooperativas de transporte ofrecen un servicio público por lo que sus precios y nivel de servicio son bajos. Operan hacia Playas, Salinas y Manta respectivamente.

- Cooperativa de Transporte Villamil
- Cooperativa de transporte Posorja

- Cooperativa de Transporte Libertad Peninsular C.L.P.
- Cooperativa de transporte Reina del Camino
- Cooperativa de transporte COACTUR

Productos Sustitutos:

Proyecto TpT "Transporte para Todos" de la Fundación Margarita Enderton

Este proyecto se ejecutó en la ciudad de Guayaquil, desde mediados del año 2003, y cuya finalidad es brindar un servicio de transportación adaptado a personas con discapacidad física, específicamente a personas que utilizan una silla de ruedas para su movilización (PCD-SR). La Fundación Margarita Enderton es una entidad de derecho privado, su principal objetivo, entre otro, es mejorar la calidad de vida de los sectores más vulnerables de la provincia del Guayas, de recursos económicos limitados, especialmente los discapacitados, jóvenes, y niños.

4.1.3 ANALISIS FODA:

A continuación se presenta un análisis en relación con las fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas de la empresa mediante el cual se podrán observar las necesidades en base al proyecto de implementación de Transporte Turístico Privado en Rutas de las Costas Ecuatorianas para turistas y Minusválidos .

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Furgonetas adaptadas para minusválidos. • Personal calificado en idiomas y en servicio al cliente. • Unidades de transportes propios. • Constante publicidad turística durante el viaje. • Únicos con pantallas audiovisuales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Falta de experiencia. • Nuevos en el mercado. • Se necesita una fuerte inversión. • Poca flota de furgonetas, por lo tanto pocas frecuencias.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> • No existe empresas privadas que abarquen la ruta guayaquil-playas. • No existe seguridad en los buses interprovinciales (últimos accidentes en carreteras) • Posibilidades de expansión. • Falta de unidades de transporte en feriados y temporada alta. • Cliente le atrae lo novedoso. 	<ul style="list-style-type: none"> • El cliente prefiere lo que ya conoce. • Pasajeros reacios a viajar por recientes accidentes. • Reforma la ley de tránsito con la cual se hace más difícil obtener permiso de operación.

Fuente: Las Autoras

4.2 PLAN DE INVESTIGACION

4.2.1 Segmentación del mercado

A continuación, se detalla mediante un cuadro las variables por las cuales se ha segmentado el mercado para así obtener los clientes meta al que se va a dirigir el negocio y para los cuales se va a planear la estrategia de marketing.

Geográficas	Demográficas	Psicográficas	Conductual
Región: Costa Ciudades: Guayaquil, Playas, Salinas y Manta	Edad: 0 – 65 Sexo: Ambos	NSE: Medio	Personas que no posean carro y que necesiten viajar. Que no les guste conducir. Preferencia por transporte privado. Personas que necesiten de un transporte adaptado para minusválidos.

Fuente: Las Autoras

Los principales clientes del negocio serán las personas que prefieren el transporte privado pues brinda seguridad y confort durante el viaje a un transporte

público, el que no posee un carro o simplemente no le gusta conducir por muchas horas, también para las personas minusválidas que no encuentran un transporte adaptado para su fácil acceso. Y que estas personas tengan un nivel económico medio, medio alto y alto.

No existen datos sobre cuántas personas necesitan una silla de ruedas a nivel de la provincia. Pero si a nivel nacional la población que necesita una silla de ruedas es del 38%, de los PCD que necesitan ayuda técnica para movilizarse.

Entonces según las aproximaciones que hacemos de acuerdo a estos datos estadísticos, existirían alrededor de 19.975 PCD a nivel nacional que necesitan una silla de ruedas (PCD - SR) y a nivel de la provincia estimamos alrededor de 4.368 personas que necesitan una silla de ruedas. Y de los cuales estamos dirigidos solo al segmento que posee nivel económico desde medio hasta alto.

Con estas variables se tomará una muestra de cuatrocientas (400) personas para realizar la investigación de mercado.

4.2.2 INVESTIGACION

Problema:

Entre la rama de transportación interprovincial hacia la costa se evidencia la falta de una empresa de transporte turístico privado hacia esta región y que al mismo tiempo contribuya a un turismo accesible por medio de furgonetas adaptadas para personas con capacidades especiales y que además instruyan al pasajero turisticamente.

Hipótesis:

Mediante el estudio de mercado se va a demostrar que hay demanda suficiente que sustente la implementación del negocio en el mercado de transporte ecuatoriano. Además de mostrar las afinidades por parte del cliente hacia el transporte privado.

Investigación:

El presente estudio se efectuará por medio de encuestas al mercado meta y también por medio del método de entrevista a profundidad a personas minusválidas que se encuentren comprando un boleto para viajar ya que así se puede determinar necesidades y falencias desde el punto de vista de estas personas que también constituyen el mercado meta.

4.2.3 MUESTREO

Se utilizará el tipo de muestreo *no probabilístico*, combinando el subtipo por conveniencia y por juicio.

Por conveniencia, debido a que el mercado meta se encuentra en su gran mayoría en el Terminal Terrestre; y por juicio debido a que se escogerá la persona que más se acoja a las características necesitadas según la opinión del investigador.

La investigación se realizará los fines de semana (sábados y domingos) en el horario de 09:00 AM a 12:00 PM en la Terminal Terrestre de Guayaquil en las boleterías de las cooperativas que se dirigen a Playas, Salinas y Manta.

4.2.4 MODELO ENCUESTA

Sexo: F ___ M ___ Destino: Playas ___ Salinas ___ Manta ___

1. **¿Qué opina usted sobre los recientes accidentes de tránsito causados por las cooperativas de transporte público?**

2. **¿Con qué frecuencia viaja al destino antes señalado?**

Una vez al mes ___ Una vez a la semana ___ Todos los fines de semana ___

3. **¿Está usted satisfecho con el servicio que brinda la cooperativa de transporte que utiliza regularmente?**

Si ___ No ___ Porque? _____

4. **¿Cuál es el valor aproximado que paga por su pasaje?**

De \$2 a \$4 ___ De \$5 a \$7 ___ De \$8 a \$10 ___

5. **¿Pagaría más por viajar más cómodo, seguro y privado?**

Si ___ No ___

6. **¿Qué valores espera usted recibir de una cooperativa de transporte privado?**

Seguridad ___ Tranquilidad ___

Rapidez ___ Comodidad ___

7. **¿Alguna vez ha viajado con empresas de transporte privado como Oroguayas y demás?**

Si ___ No ___

8. **¿Conoce usted alguna empresa de transporte interprovincial de la costa que brinde fácil acceso para minusválidos?**

Si ___ No ___ Cual? _____

9. **¿Durante su viaje que preferiría que se proyecte en los monitores?**

Películas ___ Información turística del destino ___ Ambos ___

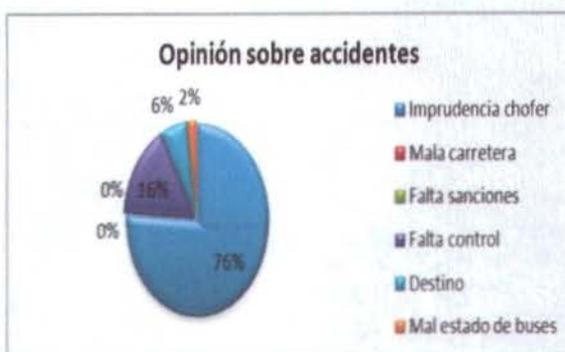
4.3 PRESENTACIÓN Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS DE LA ENCUESTA

MANTA

PREGUNTA 1

¿Qué opina sobre los recientes accidentes de tránsito causados por las cooperativas de transporte público

Imprudencia chofer	76
Mala carretera	0
Falta sanciones	0
Falta control	16
Destino	6
Mal estado de buses	2
TOTAL	100



En los últimos años se han presentado accidentes de carreteras por las cooperativas de transporte público lo cual el 76% de los entrevistados, manifestaron que los accidentes ocasionados son por imprudencia del chofer, mientras que el 16% opina que es por falta de control de las autoridades, por otro lado el 6% es por destino y el 2% mal estado de los buses de estas cooperativas.

PREGUNTA 2

¿Con qué frecuencia viaja al destino antes señalado?

Una vez al mes	40
Una vez a la semana	22
Todos los fines de semana	38
Una vez al año	0
Diario	0
TOTAL	10



Con respecto a la frecuencia de viajes de los pasajeros hacia el destino manta tenemos que el 40% viaja una vez al mes, el 38% todos los fines de semana y el 22% una vez al semana.

PREGUNTA 3

¿Esta usted satisfecho con el servicio que brinda la cooperativa de transporte que utiliza regularmente?

SI	46
NO	54
TOTAL	100



De los encuestados el 54% manifestó que no se encuentran satisfechos con el servicio que brinda la cooperativa de transporte que utiliza regularmente (Reina del camino), mientras que el 46% si esta satisfecho con este servicio.

¿Por qué?	
Conduce mal	12
Mal estado de bus	12
Paradas	6
Mal servicio cliente	10
Demasiada velocidad	14
TOTAL	54



Entre los principales motivos de insatisfacción se encuentra que el 26% de los encuestados opinan que es por demasiada velocidad por parte de los choferes, además hay un porcentaje de igualdad del 22% que dicen que los accidentes se producen por el mal estado de los buses y otro 22% quienes dicen que el chofer conduce mal, por

otro lado tenemos un 19% que dicen que es por un mal servicio al cliente por parte del asistente del chofer y el 11% indican que es por muchas paradas que hacen los buses durante el viaje.

PREGUNTA 4

¿Cuál es el valor aproximado que paga por su pasaje?

De \$2 a \$4	0
De \$5 a \$7	100
De\$8 a \$10	0
TOTAL	100

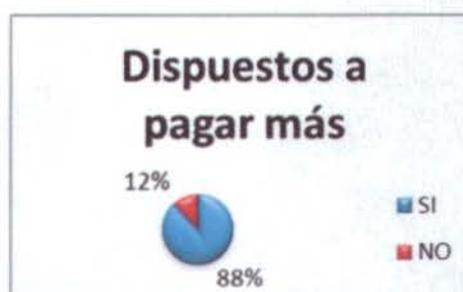


El 100% de los pasajeros que viajan hacia el destino de Manta pagan por su pasaje de \$5 a \$7.

PREGUNTA 5

¿Pagaría un poco más por viajar más cómodo, seguro, y privado?

SI	88
NO	12
TOTAL	100



Algunos de los encuestados respondieron que el 88% están dispuestos a pagar mas por viajar como, seguro, privado, mientras que el 12% no están dispuestos a pagar más.

PREGUNTA 6

Qué valores espera usted recibir de una cooperativa de transporte privado?

Seguridad	90
Comodidad	78
Tranquilidad	64
Rapidez	62
TOTAL	294

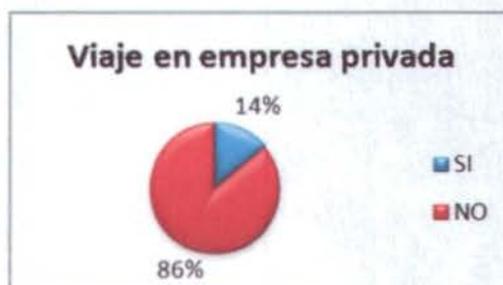


Se realizó esta pregunta para saber que valores espera el cliente recibir de una compañía de transporte privado con el fin de que la empresa se guíe con estas respuestas. La mayoría de los encuestados decidió que el valor más importante es la seguridad con el 31%, el 26% fue comodidad, 22% tranquilidad y el 21% rapidez.

PREGUNTA 7

¿Alguna vez ha viajado con empresas de transporte privado como Oroguyas y demás?

SI	14
NO	86
TOTAL	100



El objetivo de esta pregunta es la de conocer si los encuestados han viajado en este tipo de compañías que brinda un servicio similar al que se planea ofrecer los

encuestados respondieron que el 86% no ha viajado en transporte privado y el 14% si ha viajado en este transporte privado.

PREGUNTA 8

¿Conoce usted alguna empresa de transporte interprovincial de las costas que brinde fácil acceso para minusválidos?

SI	0
NO	100
TOTAL	100

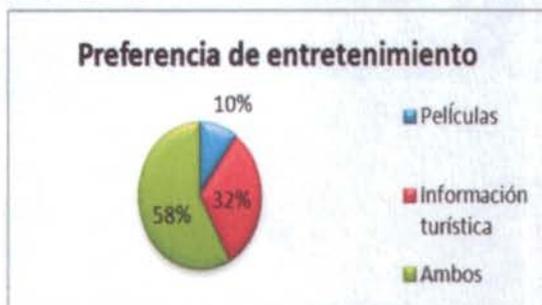


El 100% de los encuestados respondieron que no conocen una empresa de transporte interprovincial de las costas que brinde fácil acceso para minusválidos, lo cual es una oportunidad para esta empresa ya que justifica la implementación de estas furgonetas adaptadas.

PREGUNTA 9

¿Durante su viaje que preferiría que se proyecte en los monitores?

Películas	10
Información turística	32
Ambos	58
TOTAL	100



Esta pregunta ayuda a la empresa a conocer cuáles son las preferencias de entretenimiento de los pasajeros para así implementarlo en el negocio. Un 58%

prefiere que se proyecte películas e información turística durante el viaje, mientras el 32% prefiere información turística y el 10% películas.

PLAYAS

PREGUNTA 1

¿Qué opina sobre los recientes accidentes de tránsito causados por las cooperativas de transporte público?

Imprudencia chofer	88
Mala carretera	0
Falta sanciones	4
Falta control	8
Destino	0
Mal estado de buses	0
TOTAL	100



En los últimos años se han presentado accidentes de carreteras por las cooperativas de transporte público lo cual el 88% de los entrevistados, manifestaron que los accidentes ocasionados son por imprudencia del chofer, mientras que el 8% opina que es por falta de control de las autoridades, por otro lado el 4% es por falta de sanciones.

PREGUNTA 2

¿Con qué frecuencia viaja al destino antes señalado?

Una vez al mes	44
Una vez a la semana	22
Todos los fines de semana	30
Una vez al año	2
Cada 6 meses	0
Diario	2
TOTAL	100



Con respecto a la frecuencia de viajes de los pasajeros hacia el destino playas tenemos que el 44% viaja una vez al mes, el 30% todos los fines de semana y el 22% una vez al semana y con una igualdad de porcentajes del 2% viaja una vez al año y el otro 2% viaja diario.

PREGUNTA 3

¿Esta usted satisfecho con el servicio que brinda la cooperativa de transporte que utiliza regularmente?

SI	54
NO	46
TOTAL	100



De los encuestados el 54% manifestó que no se encuentran satisfechos con el servicio que brinda la cooperativa de transporte que utiliza regularmente (Reina del camino), mientras que el 46% si esta satisfecho con este servicio.

¿Por qué?	
Conduce mal	4
Mal estado de bus	23
Paradas	8
Mal servicio cliente	10
Demasiada velocidad	1
TOTAL	46



Entre los principales motivos de insatisfacción se encuentra que el 50% de los encuestados opinan que es por mal estado del bus, 22% dicen que es por mal servicio al cliente, 17% respondió que es por mucha paradas durante el viaje, por otro lado

tenemos un 9% dicen que es porque conduce mal el chofer y el 2% indican que es por demasiada velocidad.

PREGUNTA 4

¿Cuál es el valor aproximado que paga por su pasaje?

De \$2 a \$4	100
De \$5 a \$7	0
De \$8 a \$10	0
TOTAL	100

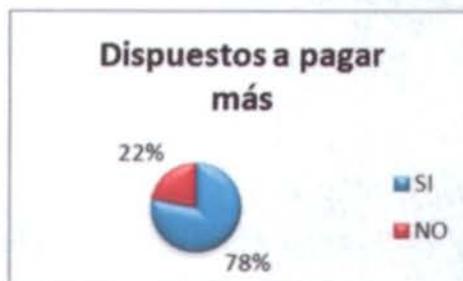


El 100% de los pasajeros que viajan hacia el destino de Playas pagan por su pasaje de \$2a \$4

PREGUNTA 5

¿Pagaría un poco más por viajar más cómodo, seguro, y privado?

SI	78
NO	22
TOTAL	100



Algunos de los encuestados respondieron que el 78% están dispuestos a pagar mas por viajar como, seguro, privado, mientras que el 22% no están dispuestos a pagar más.

PREGUNTA 6

¿Qué valores espera usted recibir de una cooperativa de transporte privado?

Seguridad	86
Comodidad	68
Tranquilidad	48
Rapidez	70
TOTAL	272



Se realizó esta pregunta para saber que valores espera el cliente recibir de una compañía de transporte privado con el fin de que la empresa se guie con estas respuestas. La mayoría de los encuestados decidió que el valor más importante es la seguridad con el 31%, el 26% fue rapidez, 25% comodidad y el 18% tranquilidad.

PREGUNTA 7

¿Alguna vez ha viajado con empresas de transporte privado como Oroguayas y demás?

SI	40
NO	60
TOTAL	100

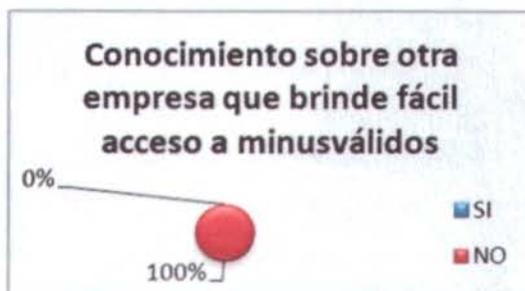


El objetivo de esta pregunta es la de conocer si los encuestados han viajado en este tipo de compañías que brinda un servicio similar al que se planea ofrecer los encuestados respondieron que el 60% no ha viajado en transporte privado y el 40% si ha viajado en este transporte privado.

PREGUNTA 8

¿Conoce usted alguna empresa de transporte interprovincial de las costas que brinde fácil acceso para minusválidos?

SI	0
NO	100
TOTAL	100



El 100% de los encuestados respondieron que no conocen una empresa de transporte interprovincial de las costas que brinde fácil acceso para minusválidos, lo cual es una oportunidad para esta empresa ya que justifica la implementación de estas furgonetas adaptadas.

PREGUNTA 9

¿Durante su viaje que preferiría que se proyecte en los monitores?

Películas	26
Información turística	14
Ambos	60
TOTAL	100



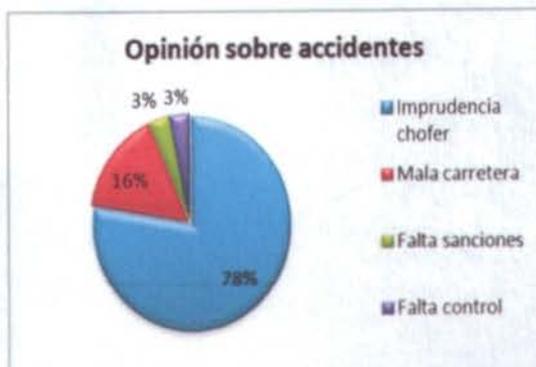
Esta pregunta ayuda a la empresa a conocer cuáles son las preferencias de entretenimiento de los pasajeros para así implementarlo en el negocio. Un 60% prefiere que se proyecte películas e información turística durante el viaje, mientras el 26% prefiere películas y el 14% información turística.

SALINAS

PEGUNTA 1

¿Qué opina sobre los recientes accidentes de tránsito causados por las cooperativas de transporte público?

Imprudencia chofer	138
Mala carretera	28
Falta sanciones	6
Falta control	6
Destino	18
Mal estado de buses	4
TOTAL	200



En los últimos años se han presentado accidentes de carreteras por las cooperativas de transporte público lo cual el 78% de los entrevistados manifestaron que los accidentes ocasionados son por imprudencia del chofer, mientras que el 16% opina que es por mala carretera, por otro lado tenemos una igualdad de porcentaje del 3% que es por falta de sanciones y el otro 3% falta de control.

PREGUNTA 2

¿Con qué frecuencia viaja al destino antes señalado?

Una vez al mes	58
Una vez a la semana	44
Todos los fines de semana	52
Una vez al año	2
Diario	24
Cada 6 meses	20
TOTAL	200

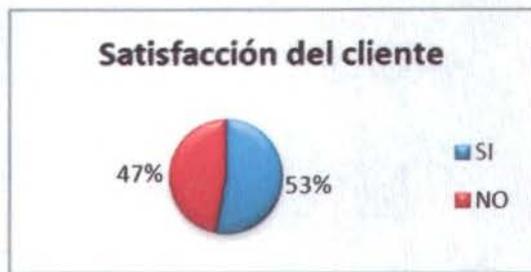


Con respecto a la frecuencia de viajes de los pasajeros hacia el destino Salinas tenemos que el 29% viaja una vez al mes, el 26% todos los fines de semana y el 22% una vez a la semana el 12% viaja diariamente, 10% cada seis meses y el 1% una vez al año.

PREGUNTA 3

¿Esta usted satisfecho con el servicio que brinda la cooperativa de transporte que utiliza regularmente?

SI	106
NO	94
TOTAL	200



De los encuestados el 53% manifestó que no se encuentran satisfechos con el servicio que brinda la cooperativa de transporte que utiliza regularmente (Reina del camino), mientras que el 47% si esta satisfecho con este servicio.

¿Por qué?	
Conduce mal	16
Mal estado de bus	14
Paradas	27
Mal servicio cliente	17
Demasiada velocidad	10
Incomodidad	10
TOTAL	94



Entre los principales motivos de insatisfacción se encuentra que el 29% de los encuestados es por muchas paradas durante el viaje, 18% es por mal servicio al cliente, 17% es por que conducen mal los choferes, 15% por mal estado de los buses, 11% por incomodidad y el 10% por conducir a mucha velocidad.

PREGUNTA 4

¿Cuál es el valor aproximado que paga por su pasaje?

De \$2 a \$4	200
De \$5 a \$7	0
De \$8 a \$10	0
TOTAL	200

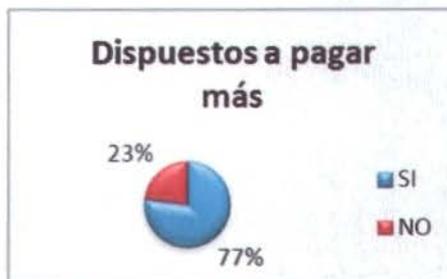


El 100% de los pasajeros que viajan hacia el destino de Salinas pagan por su pasaje de \$2a \$4

PREGUNTA 5

¿Pagaría un poco más por viajar más cómodo, seguro, y privado?

SI	154
NO	46
TOTAL	200



Algunos de los encuestados respondieron que el 77% están dispuestos a pagar mas por viajar como, seguro, privado, mientras que el 23% no están dispuestos a pagar más.

PREGUNTA 6

¿Qué valores espera usted recibir de una cooperativa de transporte privado?

Seguridad	154
Comodidad	76
Tranquilidad	90
Rapidez	108
TOTAL	428

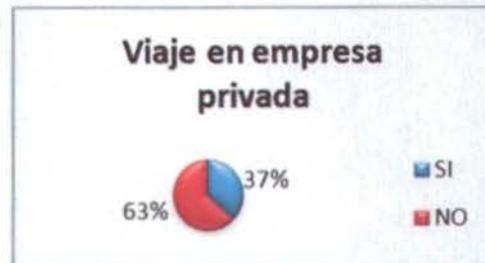


Se realizó esta pregunta para saber que valores espera el cliente recibir de una compañía de transporte privado con el fin de que la empresa se guíe con estas respuestas. La mayoría de los encuestados decidió que el valor más importante es la seguridad con el 36%, el 25% fue rapidez, 21% tranquilidad y el 18% comodidad.

PREGUNTA 7

¿Alguna vez ha viajado con empresas de transporte privado como Oroguyas y demás?

SI	74
NO	126
TOTAL	200

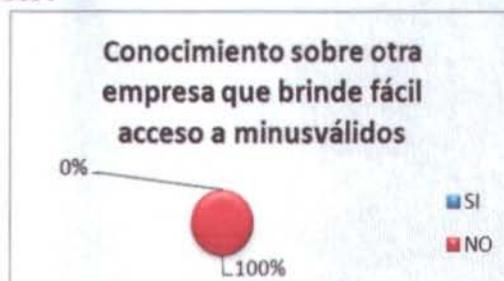


El objetivo de esta pregunta es la de conocer si los encuestados han viajado en este tipo de compañías que brinda un servicio similar al que se planea ofrecer los encuestados respondieron que el 63% no ha viajado en transporte privado y el 37% si ha viajado en este transporte privado.

PREGUNTA 8

¿Conoce usted alguna empresa de transporte interprovincial de las costas que brinde fácil acceso para minusválidos?

SI	0
NO	200
TOTAL	200

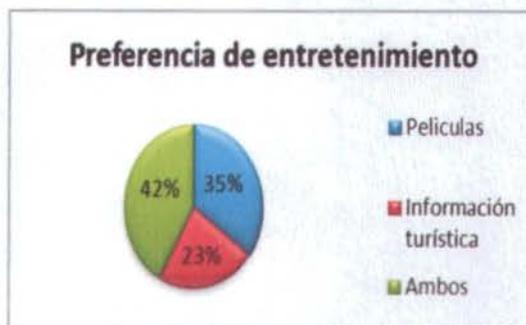


El 100% de los encuestados respondieron que no conocen una empresa de transporte interprovincial de las costas que brinde fácil acceso para minusválidos, lo cual es una oportunidad para esta empresa ya que justifica la implementación de estas furgonetas adaptadas.

PREGUNTA 9

¿Durante su viaje que preferiría que se proyecte en los monitores?

Películas	70
Información turística	46
Ambos	84
TOTAL	200



Esta pregunta ayuda a la empresa a conocer cuáles son las preferencias de entretenimiento de los pasajeros para así implementarlo en el negocio. Un 42% prefiere que se proyecte películas e información turística durante el viaje, mientras el 35% prefiere películas y el 23% información turística.

4.4 POSICIONAMIENTO

El posicionamiento es una herramienta muy poderosa, implica el diseño y aplicación de un programa de marketing para crear una imagen de la empresa y su oferta con respecto a su competencia. Dicho posicionamiento pone énfasis en que la imagen en la mente del cliente sea la adecuada. (Lutz & Weitz, 2005)

Para establecer esta imagen fiel en la mente del consumidor se ha diseñado un logo y slogan de acuerdo a los servicios que se va a ofrecer distinguiendo el valor agregado de la empresa.

4.4.1 Logo



4.4.2 Slogan

“Turismo accesible”

El slogan escogido es corto pero claro. Hace alusión a que la empresa no solo se enfoca a determinado grupo de turistas, sino también incluye a personas con discapacidad brindándoles un excelente servicio y un cómodo viaje. A su vez que la empresa colabora con el desarrollo de un turismo accesible que esta recién naciendo en el país.

4.5 MARKETING MIX

4.5.1 Producto

El servicio comprende la transportación de pasajeros turistas en furgonetas Hyundai H1 full equipo de manera directa y privada desde la ciudad de Guayaquil hacia Playas, Salinas y Manta.

Las características y especificaciones de las furgonetas de las cuales los pasajeros podrán disfrutar son:

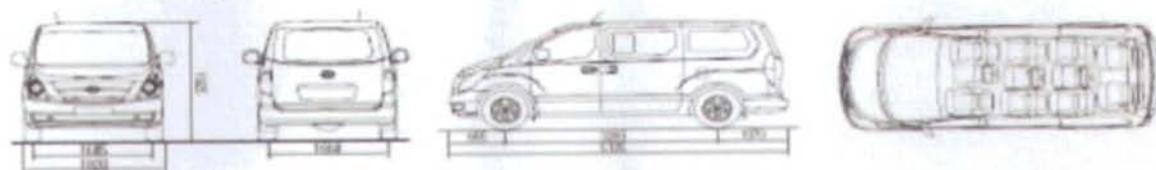
H-1

EQUIPAMIENTO INTERIOR	12 P. AC	9 P. AC	CARGA
VELOCIMETRO Y ODOMETRO TOTAL Y PARCIAL	X	X	X
PARASOL CONDUCTOR Y PASAJERO	X	X	X
BOLSILLO PORTAMAPAS DOBLE	X	X	X
RETRORVISORES ELÉCTRICOS	X	X	
APERTURA PARA GAMA INADSCOE EL INTERIOR	X	X	X
ASIENTOS DELANTEROS DESLIZABLES Y REGULABLES	X	X	X
ASIENTOS POSTERIORES RETRACTILES Y ABATIBLES	X		
VEHIBOS DELANTEROS ELÉCTRICOS	X	X	
BIQUILLO CENTRAL	X	X	
APERTURA REMOTA DE PUERTAS CON BOTÓN DE LLAVE	X	X	
ALARMA INTEGRADA A LA LLAVE DEL VEHÍCULO	X	X	
APNE ACCIONADO MULTIPUNTO	X	X	
CONTROLES POSTERIORES PARA LA VENTILACION	X	X	
RELOJ CENTRAL	X	X	X
TACÓMETRO	X	X	X
VOLANTE CON REGULACIÓN VERTICAL	X	X	
AUDÍO		Radio con cd / 4 parlantes	
DOBLE LAMPARA POSTERIOR LED	X	X	
ESPEJO CON REGULACION EN VERTICA	X	X	
DOBLE GUANTERA	X	X	
REGULACION DE REGULACION EN TABLERO	X	X	
CONSOLA CROMADA	X	X	
PORTAVASOS	10	10	
FRENO DE VENTIL			X

EQUIPAMIENTO EXTERIOR	12 P. AC	9 P. AC	CARGA
DOBLE PUERTA PARA INGRESO DE PASAJEROS O CARGA	X	X	X
DESEMBAJADOR VEHIBOS POSTERIOR	X	X	
FAROS ANTERIORES	X	X	
ESPEJOS EXTERIORES PLEGABLES	X	X	X
ESPEJOS EXTERIORES COLOR NEGRO	X	X	X

SEGURIDAD	12 P. AC	9 P. AC	CARGA
ESTRUCTURA MONOCASCO	X	X	X
CONTROLES DE SEGURIDAD DELANTEROS DE 3 PUNTOS (R2)	X	X	X
CONTROLES DE SEGURIDAD DELANTEROS DE 2 PUNTOS (R1)	X	X	X
CONTROLES DE SEGURIDAD POSTERIORES	2 PUNTOS (R1)	2 PUNTOS (R1)	
ANILLOS CONTRA IMPACTOS EN TODA LA UNIDAD	X	X	X
ABS		X	
ESP		X	
DOBLE AIRBAG		X	

P. 7/2015



ESPECIFICACIONES

GARANTÍA
4
AÑOS
80,000km

MOTOR	12 P.LAC	8 P.LAC	CARGA
TIPO	2.5 Diesel - Turbo cargador con Intercooler		
Nº VÁLVULAS	20HC 8 VÁLVULAS		
CILINDRAJE	2,500 cc		
POTENCIA (HP/RPM)	16 / 3800		
TORQUE (KG/MIN)	22.5 / 2000		
TRACCIÓN	12 P.LAC	8 P.LAC	CARGA
	4 X 2		
DIRECCIÓN	12 P.LAC	8 P.LAC	CARGA
HEBRAJEA	X	X	X
TRANSMISIÓN	12 P.LAC	8 P.LAC	CARGA
TIPO	Manual	Automática	Manual
VELOCIDADES	5 + REVERSA	4 + REVERSA	5 + REVERSA
SUSPENSIÓN	12 P.LAC	8 P.LAC	CARGA
DELANTERA	Mac Pherson con amortiguadores de gas		
POSTERIOR	Multi Link con eje rígido		Tipo Rígida
AMORTIGADORES	Teléscopicos gas		
ESPECIFICACIONES	Año / Reforzada		
AROS/LLANTAS	12 P.LAC	8 P.LAC	CARGA
AROS	Acero 6.5 J x 16"	Acero 6.5 J x 16"	Acero 6.5 J x 16"
LLANTAS	215 70 R16		
FRENOS	12 P.LAC	8 P.LAC	CARGA
SISTEMA	Disco diagonal / Servo asistido		
DELANTEROS	Disco ventilado 12"		
POSTERIORES	Tambores 6.5"		
DISTRIBUCIÓN	Cable a ruedas posteriores		
SISTEMA DE COMBUSTIBLE	12 P.LAC	8 P.LAC	CARGA
BOMBA DE INYECCIÓN	Rotativa con sensor electrónico		

Fuente: Concesionario Hyundai

Durante el viaje el pasajero tendrá múltiples servicios a su disposición:

- Podrá solicitar que se le realice una reservación de hotel o restaurante, los cuales estarán debidamente detallados en una carpeta ilustrativa con precios e información general del establecimiento que tendrá acceso cada pasajero.

- Una bebida soft, ya sea una botella de agua o jugo vivant.

- Acceso a una pantalla audiovisual en la cual tendrá la posibilidad de ver una película o escuchar música desde su USB. Además de que a través de este medio se dará a conocer una breve información turística del destino.

- Al llegar se realizará brevemente un recorrido sobre los lugares más importantes de la zona con el fin de mostrar al turista opciones que durante su estadía podrán visitar.

- Por otro lado, la empresa ofrece el servicio de encomiendas

Por último pero no menos importante, se ofrece un fácil acceso para minusválidos por medio de una rampa instalada en cada una de las furgonetas, con el fin de que puedan viajar en su propia silla de ruedas y así evitar el posible maltrato por la manipulación del pasajero incapacitado y de manera se abarca este mercado olvidado por otras empresas ya existentes.

4.5.2 Plaza

El servicio de transportes turístico privado abarca las provincias de Playas, Salinas y Manta en las cuales habrá sucursales para que los clientes puedan acceder este servicio esperando una acogida positiva y satisfactoria por parte del mercado logrando cubrir nuevas rutas en base a las necesidades de los clientes.

Para poder establecer la posible ubicación de las oficinas se realizó un estudio en los diferentes sectores de cada ciudad y se tomaron en cuenta locales en estado de alquiler.

Las diferentes oficinas estarán ubicadas en las siguientes direcciones:

- Guayaquil

Clemente Ballén 311 y Chile. En los locales del Hotel Rizzo

Valor de alquiler: \$800



- Playas

Av. Paquisha y Calle teniente

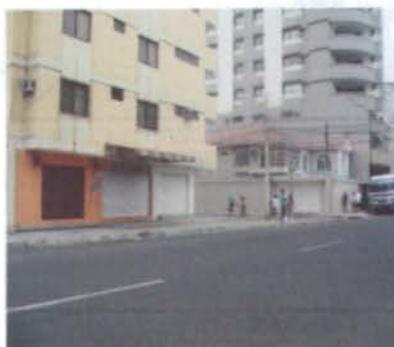
Valor del Alquiler: \$150



- Salinas

Gral. Enrique Gallo y Fídom Tomala. Cerca de la estación de buses de la Cooperativa C.L.P.

Valor de alquiler: \$250



- Manta

En la Plaza Jocay al frente de la playa El Murciélago. Cabe destacar que aquí también opera la competencia Manta Express.

Valor de Alquiler: \$250



El canal de consumo de la empresa es como se ilustra a continuación:

Proveedor del servicio \longrightarrow Consumidor

Es decir, la empresa no necesitará de un intermediario para llegar al cliente final.

4.5.3 Precio

El precio establecido por cada pasaje fue determinado en función al costo y a la competencia.

Cabe destacar, que por abarcar también al mercado de personas con capacidades especiales, se ha establecido el precio diferenciado de mitad de precio establecido por la Constitución del Ecuador.

Ruta	KM	Precio x Km	Precio Km	Capacidad x furgoneta	Valor del Pasaje	Valor del pasaje minusválidos y menores de 5 años
GUAYAQUI L PLAYAS	97	\$0,50	\$48,50	9 personas	\$5,39	\$2,70
GUAYAQUI L SALINAS	163	\$0.50	\$81,50	9	\$9,05	\$4,53
GUAYAQUI L MANTA	196	\$0.50	\$98	9	\$10,88	\$5,44

Fuente: Las Autoras

De acuerdo a la competencia y para ser competitivos con ellos, se ha decidido establecer los precios de la siguiente manera:

Guayaquil – Playas: \$8 y \$4 minusválidos y menores de 5 años

Guayaquil – Salinas: \$9 y \$4,50 minusválidos y menores de 5 años

Guayaquil – Manta: \$10 y \$5 minusválidos y menores de 5 años

4.5.4 Promoción

El servicio que presta la empresa será difundido principalmente por medio de marketing directo por volantes que serán entregadas aleatoriamente en puntos estratégicos de la ciudad donde concurren una gran mayoría de personas.

Además se empezará una campaña para dar a conocer la empresa por medio de 2 vallas publicitarias en la Av. Francisco de Orellana y la Av. 25 de julio de la ciudad de Guayaquil.

Se creará una pagina de Internet que contenga toda nuestra información como galería de fotos de la flota, servicios que ofrecemos y ubicación. Y lo mas importante publicidad de boca en boca que se logrará si se presta un buen servicio desde el inicio.

Además de constar en Google Adwords los cuales prestan los siguientes beneficios:



1. Llegar con tu anuncio a aquellos que, por estar buscando en Google, ya demuestran estar interesados en los productos y servicios que ofreces.
2. Decidir el presupuesto diario que se paga por AdWords. No existe ninguna inversión mínima, tan solo se requiere una tarifa única y simbólica de activación (u\$s5).
3. Pagar solamente cuando alguien hace clic en el anuncio. Se descuenta del presupuesto diario. Se puede pagar por anticipado o postpago utilizando una tarjeta de crédito.
4. Crear el anuncio fácilmente en unos minutos.

Siguiendo con el medio del Internet, no puede faltar en las redes sociales de mayor acogida en la actualidad, como son Facebook y Twitter.



Por poseer una rampa dedicada a brindar fácil acceso para personas con capacidades especiales, la empresa contribuye en un turismo accesible en el Ecuador; por esta razón también se pagará anualmente por tener un espacio publicitario en la nueva Guía de turismo accesible e incluyente del Ecuador que estará próxima a salir en septiembre del 2011 y que contiene una lista de todos los participantes de la industria del turismo del país como son hoteles, restaurantes, transporte y demás, que posean o estén adaptados para brindar facilidades a personas con capacidades especiales.

Según Torres (2011) El objetivo es contactar a empresas hoteleras y servidores turísticos que están interesados en participar en la Guía de Turismo Accesible e Incluyente, que se publicará en septiembre de 2011, en castellano e inglés, con un tiraje de 5.000 ejemplares, los mismos que serán distribuidos en el ámbito nacional e internacional.

La guía brindará información sobre hoteles, restaurantes, cafeterías, centros de recreación y prestadores de servicios turísticos que ofertan productos acorde a las necesidades de las personas con discapacidad y su familia, permitiendo así una plena participación a la recreación.

El único requisito para su participación es cumplir con las solicitudes sobre adecuación al medio físico, idóneo para el turista.

Además de la promoción en las Páginas Amarillas virtual contratando el Plan A paquete publicitario Premium el cual presenta los siguientes beneficios:

Plan A Paquete Publicitario Premium

- Nombre o Razón Social de la Empresa, Negocio o Profesional.
- Banner estático que incluirá su logo, actividades más relevantes que realiza e imágenes alusivas a la misma (en caso de empresas), foto (en Profesionales). El Banner Estático figurará siempre en la parte superior de sus páginas de publicidad. (Información o Descripción de Productos o Servicios, Galería de Imágenes o Fotos y Contacto).

- Link de redirección hacia el sitio Web.

- Una **PRIMERA** página completa para la descripción detallada de todas las Actividades, Productos y/o Servicios de la Empresa, Negocio o Actividad Profesional. Incluye Slogan y/o Mensajes Promocionales.

- Una **SEGUNDA** página para una galería de Fotos o Imágenes de las actividades comerciales o los servicios profesionales que usted presta. Esta rotará de manera automática y podrá retroceder o adelantar si así lo quisiera.

- Una **TERCERA** página de Contacto en donde figuran los datos generales de la Empresa como: Dirección (Calle principal, número, calle transversal y referencias que permitan a sus clientes acceder de manera rápida); Teléfonos Convencionales, PBX, faxes, celulares y su correo electrónico. Su cliente podrá comunicarse con usted, hacer pedidos, reservar citas, consultas, etc. Aquí su dirección electrónica o de correo estará siempre oculta para evitar sea tomada por los vendedores de correos y/o evitar que reciba spams o basura. (Todos los correos son filtrados antes de ser enviados a sus destinatarios. Ud. no recibirá nada que no sea de interés o beneficio para su empresa).

Estos datos generales aparecerán en la parte inferior de las 3 TRES páginas de su anuncio.

- **1 Banner** de 120 X 60 pixeles en animación flash interactivo, que rota en grupos de 20 cada 30 segundos de manera automática en el costado derecho de todas las páginas de nuestro Directorio. (Sí todas! Esto incluye Categorías, Clasificaciones, publicidad de todos nuestros anunciados, etc.) **sin ningún costo adicional.** Esto dará más visibilidad a su Empresa.

- **Clasificaciones:** Su Empresa o Nombre será publicado en **TODAS LAS CATEGORIAS**, que identifiquen su actividad o Negocio. (Visibles en la parte inferior).

Todo esto por el valor de \$211,68 anual.

La fuerza de ventas de la empresa, en este caso las personas que atenderán la oficina, como la cajera y el supervisor, estarán capacitados para un buen trato al cliente y no ser parte de la estadística de la pérdida de clientes de un 68% por indiferencia y atención rutinaria. Así como también, los chóferes estarán al tanto de precios, promociones y demás información de la empresa para que estén preparados en caso de alguna pregunta por parte de los clientes y no tener como respuesta un “no se”. Ellos como personal de la empresa pueden promocionar la empresa mediante su uniforme que consta una camiseta Polo amarilla con el logo de la empresa y pantalón de tela negro.



4.6 PRESUPUESTO DE MARKETING

PRESUPUESTO DE MARKETING

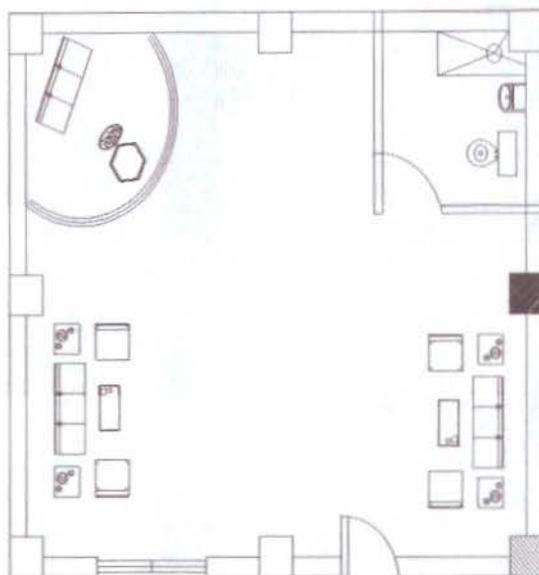
Producto	Cantidad	Precio	Total
Volantes x100	5	70	350
Vallas publicitarias 10x4 m	2	50	100
Publicidad en google adwords	1	25	25
Paginas amarillas en internet, paquete publicitario premium	1	17,64	17,64
TOTAL			492,64

Las relaciones publicas de la empresa se encargarán de establecer convenios bilaterales de publicidad con hoteles y restaurantes de los tres destinos ya mencionados, para así dar a conocer los servicios de estas empresas, y esas empresas dar a conocer nuestro servicio.

CAPITULO V
PLAN OPERATIVO

5.1 DISTRIBUCION FISICA DEL ESPACIO A UTILIZAR

Modelo estándar para oficinas en Guayaquil, Playas, Salinas y Manta



Fuente: Las Autoras

Cada oficina consta del counter principal donde se atenderán a los pasajeros, se venderán los boletos y recibirán encomiendas.

Un baño para uso general de pasajeros y empleados de la oficina.

Asientos de espera para pasajeros.

5.2 DIAS Y HORARIO DE FUNCIONAMIENTO

Los días de funcionamiento serán de lunes a domingo excepto los días martes abarcando parcialmente la semana debido a que el sector de la transportación se da todos los días del año cubriendo así la demanda existente.

El horario de funcionamiento dependerá de las frecuencias establecidas, es decir, de la primera salida de la furgoneta; la oficina deberá abrir media hora antes, y cerrar media hora después de la hora de llegada de la última furgoneta.

5.2.1 Frecuencias diarias

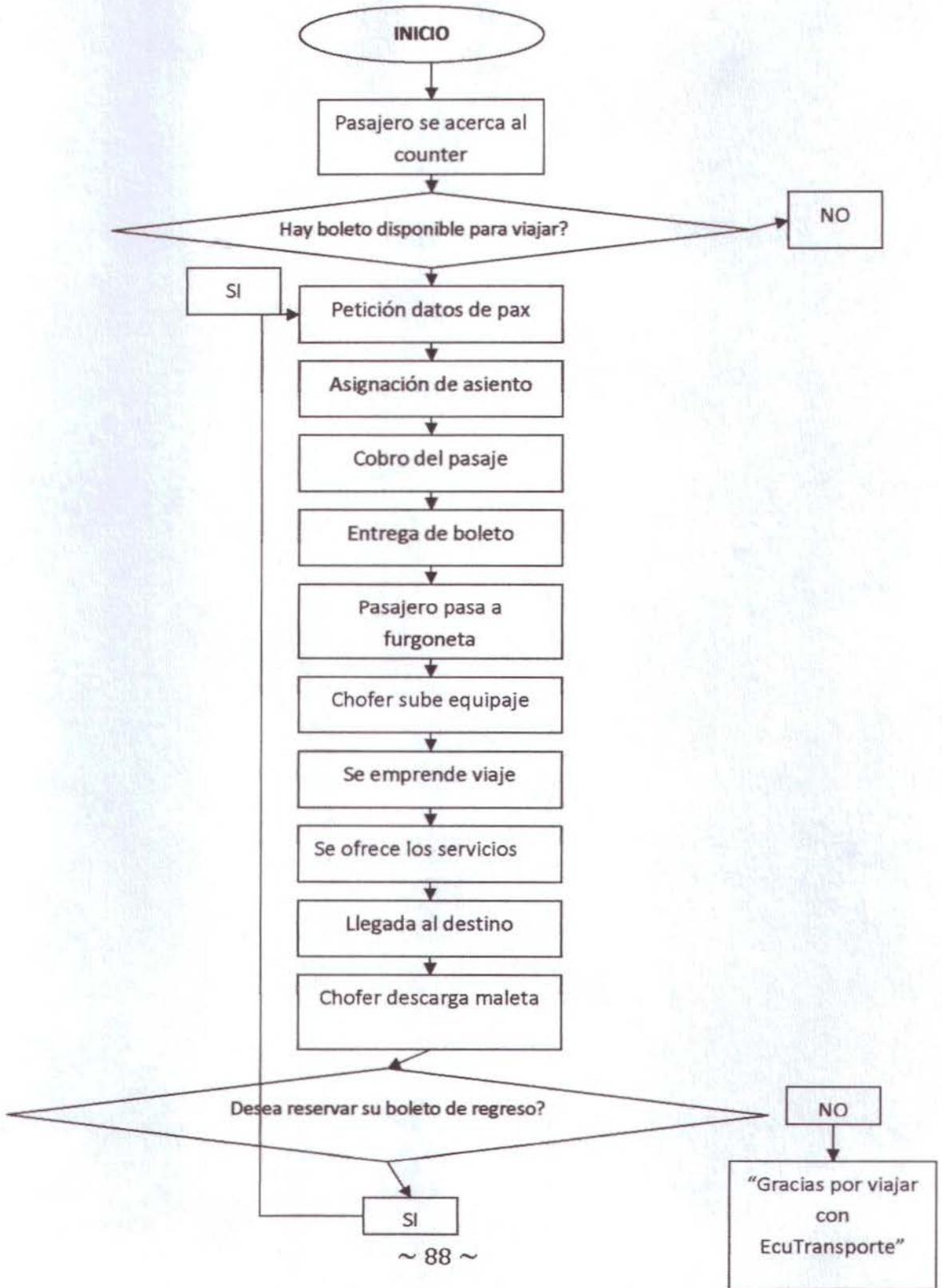
RUTA GUAYAQUIL - PLAYAS			PLAYAS - GUAYAQUIL		
LUNES	7:00	11:30	LUNES	9:30	13:00
MIERCOLES	9:00	14:00	MIERCOLES	11:30	16:00
JUEVES	7:00	11:30	JUEVES	9:30	13:00
VIERNES	9:00	14:00	VIERNES	11:30	16:00
SABADO	7:00	11:30	SABADO	9:30	13:00
DOMINGO	9:00	14:00	DOMINGO	11:30	16:00

RUTA GUAYAQUIL - SALINAS			SALINAS - GUAYAQUIL		
LUNES	7:15	12:15	LUNES	9:45	14:45
MIERCOLES	9:00	14:15	MIERCOLES	11:45	16:45
JUEVES	7:15	12:15	JUEVES	9:45	14:45
VIERNES	9:00	14:15	VIERNES	11:45	16:45
SABADO	7:15	12:15	SABADO	9:45	14:45
DOMINGO	9:00	14:15	DOMINGO	11:45	16:45

RUTA GUAYAQUIL - MANTA		MANTA - GUAYAQUIL	
LUNES	8:30	LUNES	12:45
MIERCOLES	9:00	MIERCOLES	13:15
JUEVES	8:30	JUEVES	12:45
VIERNES	9:00	VIERNES	13:15
SABADO	8:30	SABADO	12:45
DOMINGO	9:00	DOMINGO	13:15

Fuente: Las Autoras

5.3 PROCESO DE ENTREGA DEL SERVICIO



5.4 PERFILES Y FUNCIONES DE EMPLEADOS

<i>PERFIL PUESTO: SUPERVISOR</i>	
<i>FUNCIÓN:</i>	
El supervisor deberá administrar y supervisar las áreas administrativas y operativas de la oficina.	
<i>ACTIVIDADES:</i>	
Supervisar que las funciones asignadas al counter, chóferes y guardia estén bien realizadas	
Supervisar la salida y llegada de las furgonetas en el tiempo y horario establecido	
Verificar que la cajera entregue a tiempo y correctamente los boletos a los pasajeros	
Verificar que el chofer cargue y descargue el equipaje de los pasajeros	
Modular mediante la radio base para controlar la ubicación de los chóferes	
Realizar reservaciones de los pasajeros en hoteles, restaurantes etc.	
Reportar a los dueños de la empresa los resultados mes a mes	
Ayudar a la cajera solo en caso de demasiada afluencia de pasajeros	
Abrir y cerrar la oficina junto con el guardia de turno	
En caso de emergencia por un desastre natural, ayudar al guardia al lidiar proceso de calma a pasajero	
<i>CONOCIMIENTO REQUERIDO:</i>	
Instrucción superior en carreras administrativas	
Bilingüe. Ingles nivel avanzado	
Conocimiento en como tratar a personas con capacidades especiales	
Servicio al cliente	
Utilitarios Office e Internet	
Trato Gerencial	
<i>EXPERIENCIA DESEADA:</i>	
Mínimo 3 años supervisando empresas de transporte	
Referencias personales y de empresas	
Experiencia en trato a personas minusválidas	

PERFIL PUESTO: CONTADOR

<i>FUNCIÓN:</i>
El contador deberá llevar la contabilidad de la empresa y mantenerla al día con el pago de los tributos.
<i>ACTIVIDADES:</i>
Solicitar semanalmente todos los comprobantes de ingresos y egresos de las demás oficinas.
Mantener al día los libros contables de la empresa.
Realizar las declaraciones del Iva y demás estados.
Realizar los roles de pagos con los beneficios de la ley de los empleados de la empresa.
Reportar, junto al supervisor, los resultados de la empresa mes a mes.
<i>CONOCIMIENTO REQUERIDO:</i>
Instrucción superior en carreras administrativas o contables
Bilingüe. Inglés nivel básico
Utilitarios Office e Internet
Trato Gerencial
<i>EXPERIENCIA DESEADA:</i>
Mínimo 3 años en empresas similares
Referencias personales y de empresas

PERFIL PUESTO: CAJERO

FUNCIÓN:

Encargada del counter y del servicio al pasajero y de cumplir con las demás actividades asignadas.

ACTIVIDADES:

Recibir a los pasajeros

Dar información detallada sobre la empresa, furgonetas, destinos y frecuencias.

Vender boletos

Asignar asientos

Cobro de boletos

Realizar reservaciones de hoteles, restaurantes y demás para los pasajeros

Recibir y entregar encomiendas

Realizar el cobro por concepto de encomiendas

Control de caja (cuadre de caja diariamente)

Archivar de forma ordenada facturas, retenciones y demás documentos para ser entregados al contador

Mantener en orden la oficina

CONOCIMIENTO REQUERIDO:

Bachiller contable-administrativo cursando primeros años de instrucción superior en carreras administrativas

Atención al cliente

Utilitarios Office e Internet

Idioma Inglés nivel medio en adelante

EXPERIENCIA DESEADA:

Mínimo un año en cargos similares

Servicio al cliente

PERFIL PUESTO: CHOFER

FUNCIÓN:
Transportar a los pasajeros desde el punto de partida hasta el destino y cumplir con todas las actividades asignadas.
ACTIVIDADES:
Verificar boleto-pasajero
subir equipaje a la furgoneta por orden de llegada
Ayudar a la persona con capacidades especiales a abordar furgoneta y en caso de silla de ruedas y asegurarla.
Conducir furgoneta con prudencia y seguridad precautelando la vida de los pasajeros.
Reportar por medio de la radio su ubicación
Reportar por medio de la radio un requerimiento de algún pasajero tal como una reservación.
En caso de alguna pregunta por parte de algún pasajero, responder con certeza y amabilidad.
Pagar la tasa respectiva en cada peaje.
Descargar equipaje
Ayudar a persona con C.E. a bajar.
CONOCIMIENTO REQUERIDO:
Chofer profesional con licencia de conducir profesional tipo D
Ingles nivel básico
Nivel de instrucción mínimo bachiller
conocimiento de carreteras ecuatorianas
Servicio al cliente
Conocimiento en manejo de sillas de ruedas
EXPERIENCIA DESEADA:
Mínimo 5 años en cargos similares
trato con cliente
Mecánica básica
Primeros auxilios

PERFIL PUESTO: GUARDIA DE SEGURIDAD

FUNCIÓN:

Precautelar la integridad física del personal, pasajeros, activos e instalaciones de la empresa y cumplir con demás actividades asignadas

ACTIVIDADES:

Abrir y cerrar la oficina junto con el supervisor encargado

Mantener segura la oficina y las furgonetas

Supervisar el momento de embarque y desembarque de los pasajeros y su equipaje con el fin de evitar algún robo o secuestro

En caso de emergencia por un desastre natural, ayudar a supervisor a liderar proceso de calma y de seguridad a pasajeros y personal

En caso de robo o alguna otra situación delictiva, liderar la situación y llamar a la policía

Realizar el aseo de la oficina diariamente

CONOCIMIENTO REQUERIDO:

Mínimo bachiller

Normas y practicas de seguridad

Normas y practicas de emergencias

Licencia de tenencia de armas

Servicio al cliente

EXPERIENCIA DESEADA:

Mínimo 3 años en cargos similares

Mínimo 5 referencias personales y 3 referencias de empresas

Experiencia en uso de armas

Primeros auxilios

5.5 POLITICA DE CALIDAD

La empresa de Transporte turístico privado cree que para llegar a ser líderes en el mercado debe brindar un servicio de excelente calidad que satisfaga las necesidades del pasajero dando así confianza y seguridad. Para cumplir con todo esto la política de calidad se basa en los siguientes principios:

- Realizar correctamente las actividades de la empresa desde un principio para evitar corregirlas en un futuro.
- Mantener en buen estado todas las unidades de transporte utilizando para tal fin un permanente sistema de control preventivo.
- Cumplimiento de todos los compromisos adquiridos con el pasajero.
- Superar las expectativas de los pasajeros mediante un servicio de calidad y una experiencia inmejorable.
- Fomentar entre los empleados una actitud proactiva mas no reactiva frente al pasajero y alguna situación que se pueda presentar.

Esta empresa garantiza el cumplimiento de estos principios que forman la política de calidad comunicándola e integrando a toda la organización.

5.6 PREVENCION Y SEGURIDAD

Cada oficina contará con:

- 1 extintor contra incendios
- 1 botiquín

Cada furgoneta contará con:

- 1 botiquín
- 1 gata
- 1 triangulo

- 1 llanta de emergencia
- 1 cable de corriente (cargar batería)
 - 1 linterna
 - 1 llave en cruz
 - 1 juego de llaves
 - Sistema de rastreo GPS

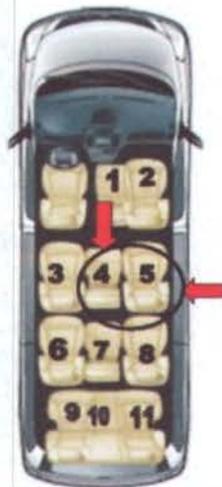
5.7 TRANSPORTE

Para realizar el servicio de transportación a los diferentes destinos en el que operará la empresa, se adquirirán tres furgonetas Hyundai H1 full equipo las cuales estarán equipadas con lo siguiente:

5.7.1 Equipamiento

Con el fin de brindar el mejor servicio en la rama de transportación, las furgonetas estarán equipadas además de las especificaciones antes mencionadas, con una rampa para minusválidos, pantallas de entretenimiento audiovisual, radios móviles y sistema GPS.

- *Rampa para minusválidos*



Los espacios que se necesitan sacar son los asientos 4 y 5 como están en la figura la cual serán utilizados para ubicar la silla de rueda en caso de que tengamos pasajeros discapacitados.

• ***Pantallas de entretenimiento audiovisual***



Detrás de los espaldares de cada fila de asientos, se instalara una pantalla que permite al pasajero, durante el viaje, ver una película o simplemente conectar su USB y escuchar su propia música con la facilidad de también conectar audífonos para no molestar a los demás pasajeros; pero si por otro lado no desea realizar ninguna de estas actividades, no hay ningún problema ya que podrá apagar su pantalla sin que esto afecte a las demás.



Es por estas pantallas personalizadas que al empezar el viaje, cada pasajero recibirá el mensaje de bienvenida y los servicios que ofrece la empresa.

• ***Radios móviles***

Cada furgoneta tendrá una radio móvil marca Kenwood (TK-980/981) lo cual permitirá un trabajo conjunto con las oficinas en las diferentes ciudades.



Por medio de éstas, se conocerá la ubicación de la furgoneta, estado del chofer y de los pasajeros y algún requerimiento por parte de ellos ya sea alguna reservación de hotel, restaurante, etc. Cumpliendo así otro de nuestros servicios ofrecidos.

• **Dispositivo de rastreo GPS**

Cada furgoneta estará equipada desde el momento de la compra, con un dispositivo de rastreo el cual permitirá a la oficina central conocer fácilmente la ubicación de la furgoneta cuando ésta esté en la carretera.

5.7.2 Códigos y claves de comunicación

Se ha creado un cuadro de claves con el fin de que el chofer pueda comunicarse con la oficina de manera más rápida y confidencial.

1046	Cerca de...	QTC	Mensaje para ud
1047	Necesito respaldo de otra unidad	QTH	Casa, hogar
1049	Procure pasar por	QTR	Hora
1051	No hay tráfico	Romeo	Radio de frecuencia
1052	Tengo una emergencia	SIGLOS	Minutos
1053	Me dirijo a	TORMENTO	Problema
1058	Desocupado	Tango alto	aeropuerto
1059	Ocupado	Tango bajo	Puerto Maritimo
1066	Precio	Tango Tango	Terminal Terrestre
1067	Disculpe	TKS	Gracias
1068	Número de pasajeros	zzz	sueño
1069	Cliente extranjero		
1071	buen cliente		
1072	Cliente satisfecho		
1073	Cliente inconforme		
1080	Enojado		
10-100	Espere		
10-200	Operativo de vigilancia		

73	Saludos cordiales
911	Hotel
102	Excelente
104	Recibido el QTC
105	Retransmita el mensaje
106	Ocupado pero atento
108	Atento a la frecuencia
109	Repita el mensaje
1010	Transmision completa
1011	Esta hablando muy rapido
1012	Tengo visita
1014	Esta usando mucho la frecuencia
1015	Razones personales
1016	Colaborador
1017	Negociacion urgente
1018	Tiene algo para mi
1019	Malo, pesimo
1019	No tengo nada para usted
1020	Direccion exacta
1022	Presentese en persona
1023	Cambio de turno
1024	Aplique full
1025	Puede hacer contacto con
1027	No cambiar de canal
1028	Levante la voz
1029	Baje el tono de voz/module correctamente
1031	Cambie de canal
1035	Cosa,encargo
1036	Hasta mas tarde
1038	Se requiere ambulancia
1040	Se requiere medico
1042	Accidente de transito
1043	Full trafico

ALMAY	En este momento
A/C	Aire acondicionado
Ana Maria	Madrugada
B-A-B	Hablar personalmente
BASE 1	Central
BI	Pasajero sospechoso
BP	Buen provecho
CDB	Comer
CD-BOMBER	Baño
CDI	Chofer
CICLOS	Minutos
CICLOS	Enfermo
CPO	Dueño de la QRZ
CQ	Mensaje general a las unidades
FL	Ebrio, borracho
FUTURISIMO-A	Novio-a
MARTILLO	Trabajo
PRIMERISIMO-A	Esposo-sa
PSH	Pasajero hombre
PSM	Pasajero mujer
QAP	Atento a la frecuencia
QRA	Nombre de...
QRK	Numero de la unidad
QRN	Interferencia atmosferica
QRT	Suspendido
QRV	Atencion por favor
QRX	Mantenerse en silencio
QRZ	Vehiculo
QSL	Mensaje recibido OK
QSP	Retransmita el mensaje
RS	Reservación

Fuente: Las Autoras

5.7.3 CUADRO DE MANTENIMIENTO DE LAS FURGONETAS H1

CODIGO	MANTENIMIENTO H1	Q D I E S E	
	TRABAJOS	COSTO M/C	COSTO REP.
	CHEQUEO DE 1.500 kms.		
26300M00	Cambio Aceite y Filtro motor		
43000M00	Revisión de aceites de transmisión y diferencial		
28113M00	Limpieza de Filtro Aire		
31974M00	Drenaje de trampas de agua	\$12,00	\$50,41
	CHEQUEO DE 5.000 Km		
26300M00	Cambio Aceite y Filtro motor		
43000M00	Revisión de aceites de transmisión y diferencial		
28113M00	Limpieza de Filtro Aire		
31974M00	Drenaje de trampas de agua		
35357M00	Escaneo del vehículo	\$13,00	\$50,41
	CHEQUEO DE 10.000 km		
26300M00	Cambio Aceite y Filtro motor		
43000M00	Revisión de aceites de transmisión y diferencial		
35002M00	Limpieza del cuerpo de aceleración		
58115M00	Limpieza y Regulación de Frenos Delanteros y Posteriores		
31910M00	Cambio de Filtro Combustible en línea		
33101M00	Limpieza de filtro de comb. Bomba rotativo		
28113M00	Chequeo o cambio del Filtro de Aire		
31974M00	Drenaje de trampas de agua		
18826M00	Inspección de bujías		
52901M00	Alineación y Balanceo		
35357M00	Escaneo del vehículo		
54509M00	Reajuste Suspensión y Carrocería	\$60,20	\$78,42
	CHEQUEO DE 15000km		
97610M00	Cambio filtro de aire acondicionado		
26300M00	Cambio Aceite y Filtro motor		
43000M00	Revisión de aceites de transmisión y diferencial		
28113M00	Limpieza de Filtro Aire		
31974M00	Drenaje de trampas de agua		
35357M00	Escaneo del vehículo	\$17,00	\$83,21
	CHEQUEO DE 20000 km		
26300M00	Cambio Aceite y Filtro motor		
17000M00	Cambio de aceites de transmisión y diferencial(AT; MT)		
18826M00	Inspección de bujías		
27501M00	Inspección de cables de bujías		
35002M00	Limpieza del cuerpo de aceleración		
58115M00	Limpieza y Regulación de Frenos Delanteros y Posteriores		
31910M00	Cambio de Filtro Combustible en línea y de alta duración		
28113M00	Chequeo o cambio del Filtro de Aire		
35310M00	Mantenimiento de Inyectores		
33101M00	Limpieza de filtro de comb. Bomba rotativo		
22210M00	Calibrar válvulas del motor		
31974M00	Drenaje de trampas de agua		
51800M00	Engrase de rulmanes de manzana delanteras		
35357M00	Escaneo del vehículo		
52901M00	Alineación y Balanceo		
54509M00	Reajuste Suspensión y Carrocería	\$104,20	\$107,33
TOTAL		\$206,40	369,78

Fuente: Concesionario Hyunmotors

5.7.4 CUADRO DE MANTENIMIENTO Y COSTOS POR MES

DISTANCIAS DE GUAYAQUIL A:	
PLAYAS	97 KM
SALINAS	163 KM
MANTA	196 KM

MANTENIMIENTO 1ER MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	TOTAL MES
KM	9312	15648	9408	
PRECIO	125,82	364,65	125,82	616,29
MANTENIMIENTO 2DO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	18624	31296	18816	
PRECIO	238,83	274,94	238,83	752,6
MANTENIMIENTO 3ER MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	27936	46944	28224	
PRECIO	274,94	202,03	274,94	751,91
MANTENIMIENTO 4TO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	37248	62592	37632	
PRECIO	202,03	202,03	202,03	606,09
MANTENIMIENTO 5TO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	46560	78240	47040	
PRECIO	202,03	202,03	202,03	606,09
MANTENIMIENTO 6TO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	55872	93888	56448	
PRECIO	202,03	202,03	202,03	606,09

Fuente: Las Autoras

MANTENIMIENTO 7MO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	TOTAL MES
KM	65184	109536	65856	
PRECIO	202,03	202,03	202,03	606,09
MANTENIMIENTO 8AVO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	74496	125184	75264	
PRECIO	202,03	302,24	202,03	706,3
MANTENIMIENTO 9NO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	83808	140832	84672	
PRECIO	202,03	302,24	202,03	706,3
MANTENIMIENTO 10MO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	93120	156480	94080	
PRECIO	202,03	302,24	202,03	706,3
MANTENIMIENTO 11AVO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	102432	172128	103488	
PRECIO	202,03	302,24	202,03	706,3
MANTENIMIENTO 12AVO MES				
	PLAYAS	SALINAS	MANTA	
KM	111744	187776	112896	
PRECIO	202,03	302,24	202,03	706,3

Fuente: Las Autoras

5.7.5 SOAT

El SOAT es un seguro para víctimas. Ampara a todos los ecuatorianos, sean conductores, pasajeros o peatones. No cubre daños a bienes propios o terceros, pero sí lo más importante, la salud y la vida.

Al momento de comprar el vehículo incluye matrícula y seguro soat (seguro obligatorio de accidentes de tránsito) de la concesionaria. Este SOAT se renueva cada año presentando la copia de la cédula de identidad y certificado de votación del propietario más el valor a pagar correspondiente al tipo de vehículo.

Vehículos de Servicio Privado:

CLASE	CILINDRAJE (cc)	PRIMA NETA	CONTRIBUCIÓN FONSAT	TOTAL PRIMA	OTRAS CONTRIBUCIONES Y CARGOS	COSTO TOTAL DEL SOAT
Mobicicletas	Menos de 100	21,96	6,19	28,15	1,83	29,78
	100 a 249	27,46	7,74	35,19	1,91	37,10
	Más de 249	33,72	9,51	43,23	2,23	45,46
Todo terreno y camionetas de 0 a 9 años	Menos de 1500	43,13	12,17	55,30	2,71	58,01
	1500 a 2499	51,75	14,60	66,35	3,15	69,50
	Más de 2499	60,38	17,03	77,41	3,60	81,01
Todo terreno y camionetas más de 9 años	Menos de 1500	53,33	15,04	68,37	3,23	71,60
	1500 a 2499	61,95	17,47	79,42	3,68	83,10
	Más de 2499	69,79	19,69	89,48	4,08	93,56
Automóviles de 0 a 9 años	Menos de 1500	23,52	6,64	30,16	1,71	31,87
	1500 a 2499	29,90	8,40	38,20	2,03	40,23
	Más de 2499	35,29	9,95	45,24	2,31	47,55
Automóviles más de 9 años	Menos de 1500	32,15	9,07	41,22	2,15	43,37
	1500 a 2499	37,64	10,62	48,26	2,43	50,69
	Más de 2499	42,35	11,94	54,29	2,67	56,96
Oficial especial	Menos de 1500	54,90	15,48	70,38	3,32	73,70
	1500 a 2499	69,79	19,69	89,48	4,08	93,56
	Más de 2499	83,90	23,67	107,57	4,80	112,37
	CAPACIDAD DE CARGA (TN)	PRIMA NETA	CONTRIBUCIÓN FONSAT		OTRAS CONTRIBUCIONES Y CARGOS	COSTO TOTAL DEL SOAT
Carga mixta	Menos de 5	47,94	13,49	61,33	2,95	64,28
	5 a 14,99	68,23	19,24	87,47	4,00	91,47
	Más de 14,99	90,18	25,44	115,62	5,12	120,74
	TIPO	PRIMA NETA	CONTRIBUCIÓN FONSAT		OTRAS CONTRIBUCIONES Y CARGOS	COSTO TOTAL DEL SOAT
Transporte de pasajeros particular	Bus (24 o más pasajeros)	68,19	19,23	87,42	4,00	91,42
	Buseta (de 17 a 23 pasajeros)	61,37	17,31	78,68	3,65	82,33
	Furgonetas (de 7 a 16 pasajeros)	54,55	15,39	69,94	3,30	73,24
Vehículos especiales		92,06	25,96	118,02	5,22	123,24

Fuente: <http://www.soatecuador.info>

Según la tabla de tarifa de Primas y costos totales, el soat a pagar sería de \$73.24

5.7.6 GARAJE

Se pagará mensualmente un garaje en la ciudad de Guayaquil para una mayor seguridad de las furgonetas de la empresa, evitando así robos o daños durante la noche. El precio a pagar por el garaje será de \$25 mensuales por cada furgoneta.

5.7.7 CUADRO DE PEAJES

En la vía Guayaquil- Playas existe un solo peaje por el cual se debe transitar para llegar al destino; así mismo, para llegar a Salinas. Se debe de cancelar la tasa solo al momento de la ida, mas no en el regreso.

Por otro lado, en la vía a Manta existen tres peajes y se debe de cancelar a la ida y al regreso.

RUTA	PEAJE	VIAJES/SEM	SEMANA	MES
GYE PLAYAS	0,25	12	\$ 3,00	\$ 12,00
GYE SALINAS	0,25	12	\$ 3,00	\$ 12,00
GYE MANTA	1	12	\$ 12,00	\$ 48,00
TOTAL				\$ 72,00

5.8 PLAN DE CONTINGENCIAS

El Plan de Contingencia ayudará a la empresa a afrontar con ciertos estados de emergencia que se pueden presentar, durante el viaje este plan ayudara a los empleados y a los miembros de la empresa a como actuar frente a un contratiempo. Este plan promoverá la protección y seguridad del personal y de nuestros clientes.

• En caso de llanta baja

Antes de subirse verificar bien su ruta, en caso de llantas bajas las furgonetas está equipado con dos llantas de emergencia, estacione la furgoneta y señalice la parada en un lugar seguro informar a la empresa el contratiempo e indicar cuanto tiempo lo llevara arreglarlo.

• En caso de dos minusválidos

Cuando se presenten dos minusválidos la empresa deberá ceder el puesto asignado para discapacitados al primer cliente que compró el boleto; y comunicar al segundo cliente que su embarque será en la próxima unidad.

• En caso de pérdida de boleto del pasajero

Ente este caso se dará aviso a la empresa y la persona encargada en ese momento de la caja revisara en el sistema si el boleto del pasajero fue ingresado, una vez verificado y confirmado se lo dejara subir a la furgoneta.

• En caso de pérdida de maleta

El chofer deberá informar a la base del inconveniente de la perdida del equipaje en este caso la empresa cubrirá un valor de \$80 por el inconveniente.

• En caso de secuestro de furgoneta

Las furgonetas tienen un sistema de rastreo satelital con GPS, en caso de sufrir, el chofer oprimirá un botón que alertara a la central, rastreando el vehículo por medio del GPS donde se vera la ubicación y se dará aviso a la policía.

• En caso de incendio en oficina

Si el incendio es mínimo se cogerá los extintores y se procederá a pagar el fuego y en caso si el incendio es muy grande se llamara a los bomberos

• En caso de robo en la carretera

En este caso el chofer deberá mantener la calma para no poner nerviosos a los asaltantes. El chofer deberá estacionar en un lugar seguro apagar el motor y seguir las

indicaciones de los asaltantes no poner resistencia, avisar por la radio a la base para que puedan detectarlos mediante el GPS y dar aviso a la policía.

• ***En caso de algún desperfecto de la furgoneta***

En caso de que las furgonetas exista algún desperfecto deberán estacionar el vehículo en un lugar seguro, poner el freno de manos, encender las luces de emergencia, poner piedras en las llantas de traseras en caso de estar en una subida con el fin de que la furgoneta no ruede, colocar conos de seguridad y proceder a revisar al vehículo. Si el daño es mayor llevar a la furgoneta al taller más cercano y llamar a la oficina central.

• ***En caso de robo en la oficina***

Se mantendrá la calma y se lo difundirá entre los clientes y personas que se encuentren dentro de la oficina. Apenas los delincuentes hayan salido, se dará aviso inmediato a la policía.

• ***En caso de cierre de carretera***

El chofer dará aviso a la oficina que se va a cambiar la ruta la cual deberá tomar una carretera alterna hacia el destino que se dirija.

CAPITULO VI
PRESUPUESTO Y FINANCIAMIENTO DEL PROYECTO

6.1 INVENTARIO INICIAL

PROYECTO: TRANSPORTE TURISTICO PRIVADO CON RAMPAS INSTALADAS PARA PERSONAS CON CAPACIDADES ESPECIALES			
FORMATO DE PRESUPUESTO	CANTIDAD	MONTO UNI	MONTO REQ
INVERSION INICIAL			
<i>DINERO EN EFECTIVO</i>			\$ 30,000.00
<i>ACTIVOS FIJOS</i>			\$ 124,247.84
MUEBLES DE OFICINA			\$ 7,300.00
Escritorios	4	\$ 100.00	\$ 400.00
Sillas	8	\$ 50.00	\$ 400.00
counter	4	\$ 150.00	\$ 600.00
asientos de espera x 4	8	\$ 80.00	\$ 640.00
mesas de centro	4	\$ 50.00	\$ 200.00
reloj de pared	4	\$ 15.00	\$ 60.00
LCD	4	\$ 800.00	\$ 3,200.00
Split	4	\$ 450.00	\$ 1,800.00
EQUIPO DE OFICINA			\$ 3,867.84
Radios bases	4	\$ 499.96	\$ 1,999.84
Radios moviles	4	\$ 420.00	\$ 1,680.00
Backs	2	\$ 50.00	\$ 100.00
Telefonos	4	\$ 22.00	\$ 88.00
EQUIPO DE COMPUTACION			\$ 2,080.00
Computadoras	4	\$ 400.00	\$ 1,600.00
impresoras	4	\$ 120.00	\$ 480.00
VEHICULOS	3	\$ 37,000.00	\$ 111,000.00
CAPITAL DE TRABAJO			\$ 9,283.00
PERSONAL			\$ 4,787.00
Supervisor	4	298	\$ 1,192.00
Cajera	4	290	\$ 1,160.00
Contador	1	284	\$ 284.00
Chofer	3	440	\$ 1,320.00
Guardia	3	277	\$ 831.00
SERVICIOS COMPLEMENT			\$ 520.00
luz	4	\$ 45.00	\$ 180.00
agua	4	\$ 15.00	\$ 60.00
telefono	4	\$ 50.00	\$ 200.00
internet	4	\$ 20.00	\$ 80.00
COMBUSTIBLE	3	\$ 250.00	\$ 750.00
ARRIENDOS	4	\$ 300.00	\$ 1,200.00
SEGURIDAD		\$ 100.00	\$ 100.00
SUMINISTROS OFICINA	4	\$ 200.00	\$ 800.00
UTILES LIMPIEZA	4	\$ 80.00	\$ 320.00
GASTOS DE CONSTITUCION		\$ 650.00	\$ 650.00
FRECUENCIA	8	\$ 19.50	\$ 156.00
TOTAL INVERSION INICIAL			\$ 163,530.84

6.2 BALANCE INICIAL

BALANCE INICIAL			
AL 01 DE ENERO 2012			
ACTIVOS		PASIVOS	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO DE LARGO PLAZO	
Caja	\$ 38,633.00	Documentos por pagar	\$ 114,471.59
Dinero en efectivo	\$ 30,000.00		
Capital de trabajo	\$ 3,846.00		
Sueldos de 3 meses persona	\$ 4,787.00	TOTAL PASIVOS	\$ 114,471.59
ACTIVOS FIJOS		PATRIMONIO	
Muebles de oficina	\$ 7,300.00	Capital	\$ 49,059.25
Equipos de oficina	\$ 3,867.84		
Equipos de computacion	\$ 2,080.00	TOTAL PATRIMONIO	\$ 49,059.25
Vehiculos	\$ 111,000.00		
ACTIVOS DIFERIDOS			
Gastos de Constitucion	\$ 650.00		
TOTAL ACTIVOS	\$ 163,530.84	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$ 163,530.84

6.3 PROYECCION DE INGRESOS

PROYECCION NUMEROS DE PASAJEROS MENSUAL												
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
GYE-SALINAS												
PAX	720	720	720	528	528	528	552	552	528	552	552	720
PAX MINUSV	6	6	6	1	1	1	3	3	1	3	3	6
GYE-PLAYAS												
PAX	720	720	720	528	528	528	552	552	528	552	552	720
PAX MINUSV	6	6	6	1	1	1	3	3	1	3	3	6
GYE-MANTA												
PAX	360	360	360	264	264	264	276	276	264	276	276	360
PAX MINUSV	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	4

PROYECCION PRECIOS				
GYE-SALINAS			GYE-PLAYAS	
PAX	\$ 9.00		PAX	\$ 8.00
PAX MINSUV	\$ 4.50		PAX MINUSV	\$ 4.00
			GYE-MANTA	
			PAX	\$ 10.00
			PAX MINUSV	\$ 5.00

PROMEDIO ENCOMIENDAS DIARIAS SALINAS	60	PRECIO PROMEDIO	\$ 2.80	ENCOMIENDAS MENSUAL	1440	17280
PROMEDIO ENCOMIENDAS DIARIAS PLAYAS	50	PRECIO PROMEDIO	\$ 2.80	ENCOMIENDAS MENSUAL	1200	14400
PROMEDIO ENCOMIENDAS DIARIAS MANTA	80	PRECIO PROMEDIO	\$ 2.80	ENCOMIENDAS MENSUAL	1920	23040

GYE - SALINAS	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
ENCOMIENDA X	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 48,384.00
TOTAL MENSUAL	\$ 4,032.00	\$ 48,384.00											
GYE - PLAYAS	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
ENCOMIENDA X	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 40,320.00
TOTAL MENSUAL	\$ 3,360.00	\$ 40,320.00											
GYE - MANTA	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
ENCOMIENDA X	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 64,512.00
TOTAL MENSUAL	\$ 5,376.00	\$ 64,512.00											

6.3.1 PROYECCION INGRESOS MENSUAL

PROYECCION INGRESOS MENSUAL													
GYE-SALINAS	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
PAX	\$ 6,480.00	\$ 6,480.00	\$ 6,480.00	\$ 4,752.00	\$ 4,752.00	\$ 4,752.00	\$ 4,968.00	\$ 4,968.00	\$ 4,752.00	\$ 4,968.00	\$ 4,968.00	\$ 6,480.00	\$ 64,800.00
PAX MINUSV	\$ 27.00	\$ 27.00	\$ 27.00	\$ 4.50	\$ 4.50	\$ 4.50	\$ 13.50	\$ 13.50	\$ 4.50	\$ 13.50	\$ 13.50	\$ 27.00	\$ 180.00
ENCOMIENDAS	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 4,032.00	\$ 48,384.00
TOTAL	\$ 10,539.00	\$ 10,539.00	\$ 10,539.00	\$ 8,788.50	\$ 8,788.50	\$ 8,788.50	\$ 9,013.50	\$ 9,013.50	\$ 8,788.50	\$ 9,013.50	\$ 9,013.50	\$ 10,539.00	\$ 113,364.00
GYE-PLAYAS	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
PAX	\$ 5,760.00	\$ 5,760.00	\$ 5,760.00	\$ 4,224.00	\$ 4,224.00	\$ 4,224.00	\$ 4,416.00	\$ 4,416.00	\$ 4,224.00	\$ 4,416.00	\$ 4,416.00	\$ 5,760.00	\$ 57,600.00
PAX MINUSV	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 24.00	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 4.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 4.00	\$ 12.00	\$ 12.00	\$ 24.00	\$ 160.00
ENCOMIENDAS	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 3,360.00	\$ 40,320.00
TOTAL	\$ 9,144.00	\$ 9,144.00	\$ 9,144.00	\$ 7,588.00	\$ 7,588.00	\$ 7,588.00	\$ 7,788.00	\$ 7,788.00	\$ 7,588.00	\$ 7,788.00	\$ 7,788.00	\$ 9,144.00	\$ 98,080.00
GYE-MANTA	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
PAX	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 3,600.00	\$ 2,640.00	\$ 2,640.00	\$ 2,640.00	\$ 2,760.00	\$ 2,760.00	\$ 2,640.00	\$ 2,760.00	\$ 2,760.00	\$ 3,600.00	\$ 36,000.00
PAX MINUSV	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 10.00	\$ 20.00	\$ 160.00
ENCOMIENDAS	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 5,376.00	\$ 64,512.00
TOTAL	\$ 8,996.00	\$ 8,996.00	\$ 8,996.00	\$ 8,026.00	\$ 8,026.00	\$ 8,026.00	\$ 8,146.00	\$ 8,146.00	\$ 8,026.00	\$ 8,146.00	\$ 8,146.00	\$ 8,996.00	\$ 100,672.00
TOTAL INGRESOS	\$ 28,679.00	\$ 28,679.00	\$ 28,679.00	\$ 24,402.50	\$ 24,402.50	\$ 24,402.50	\$ 24,947.50	\$ 24,947.50	\$ 24,402.50	\$ 24,947.50	\$ 24,947.50	\$ 28,679.00	\$ 312,116.00

6.3.2 PROYECCION INGRESOS ANUAL

PROYECCION INGRESOS ANUAL								
GYE-SALINAS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5			
PAX	\$ 64,800.00	\$ 68,040.00	\$ 71,442.00	\$ 75,014.10	\$ 78,764.81			
PAX MINUSV	\$ 180.00	\$ 189.00	\$ 198.45	\$ 208.37	\$ 218.79			
ENCOMIENDAS	\$ 48,384.00	\$ 50,803.20	\$ 53,343.36	\$ 56,010.53	\$ 58,811.05			
TOTAL	\$ 113,364.00	\$ 119,032.20	\$ 124,983.81	\$ 131,233.00	\$ 137,794.65			
						INCREMENTO PRECIOS		5%
GYE-PLAYAS						INCREMENTO CANTIDAD		5%
PAX	\$ 57,600.00	\$ 60,480.00	\$ 63,504.00	\$ 66,679.20	\$ 70,013.16			
PAX MINUSV	\$ 160.00	\$ 168.00	\$ 176.40	\$ 185.22	\$ 194.48			
ENCOMIENDAS	\$ 40,320.00	\$ 42,336.00	\$ 44,452.80	\$ 46,675.44	\$ 49,009.21			
TOTAL	\$ 98,080.00	\$ 102,984.00	\$ 108,133.20	\$ 113,539.86	\$ 119,216.85			
GYE-MANTA								
PAX	\$ 36,000.00	\$ 37,800.00	\$ 39,690.00	\$ 41,674.50	\$ 43,758.23			
PAX MINUSV	\$ 160.00	\$ 168.00	\$ 176.40	\$ 185.22	\$ 194.48			
ENCOMIENDAS	\$ 64,512.00	\$ 67,737.60	\$ 71,124.48	\$ 74,680.70	\$ 78,414.74			
TOTAL	\$ 100,672.00	\$ 105,705.60	\$ 110,990.88	\$ 116,540.42	\$ 122,367.45			
TOTAL INGRESOS	\$ 312,116.00	\$ 327,721.80	\$ 344,107.89	\$ 361,313.28	\$ 379,378.95			

6.4 CUADRO DE REMUNERACIONES Y HORAS EXTRAS

CUADRO DE REMUNERACIONES											
											8.33%
CARGO	CANTIDAD PERSONA	SUELDO BASICO MENSUAL	SUBTOTAL	SUELDO BASICO ANUAL	DECIMO TERCERO	BONO ESCOLAR	VACACIONES	FONDO RESERVA	APORTE PATRONAL 12.15%	COSTO TOTAL	costo total mensual
SUPERVISOR	4	400	1600	19200	1600	1056	800	\$ 1,599.36	2332.8	\$ 26,588.16	\$ 2,215.68
CAJERA	4	350	1400	16800	1400	1056	700	\$ 1,399.44	2041.2	\$ 23,396.64	\$ 1,949.72
CONTADOR	1	450	450	5400	450	1056	225	\$ 449.82	656.1	\$ 8,236.92	\$ 686.41
CHOFER	3	700	2100	25200	2100	1056	1050	\$ 2,099.16	3061.8	\$ 34,566.96	\$ 2,880.58
GUARDIA	4	300	1200	14400	1200	1056	600	\$ 1,199.52	1749.6	\$ 20,205.12	\$ 1,683.76
TOTAL											\$ 9,416.15

CUADRO DE HORAS EXTRAS MENSUALES										
CARGO	CANTIDAD EMPLEAD	CANTIDAD H. EXTRAS ORDINAR	CANT. H. EXTRAS EXTRAORD	VALOR HORA	VALOR H.ORD	VALOR H.EXTRA ORD	VALOR TOTAL H.ORD	VALOR TOTAL H.EXTRAORD	TOTAL HORAS EXTRAS	
SUPERVISOR	4	4	2	\$ 13.33	\$ 6.67	\$ 13.33	\$ 26.67	\$ 26.67	\$ 53.33	
CAJERA	4	4	2	\$ 11.67	\$ 5.83	\$ 11.67	\$ 23.33	\$ 23.33	\$ 46.67	
CONTADOR	1	4	2	\$ 15.00	\$ 7.50	\$ 15.00	\$ 30.00	\$ 30.00	\$ 60.00	
CHOFER	3	4	2	\$ 23.33	\$ 11.67	\$ 23.33	\$ 46.67	\$ 46.67	\$ 93.33	
GUARDIA	4	4	2	\$ 10.00	\$ 5.00	\$ 10.00	\$ 20.00	\$ 20.00	\$ 40.00	
TOTAL									\$ 293.33	

6.5 TABLA DE AMORTIZACION

INVERSION INICIAL	\$ 163,530.84	
30 % CAPITAL PROPIO	\$ 49,059.25	
70% CREDITO CFN	\$ 114,471.59	
TASA DE INTERES ANUAL	9.08%	0.76%
PLAZO	5	AÑOS
DIVIDENDO	60	MESES

CUOTA ANUAL	\$ 29,490.90	CUOTA MENSUAL	\$ 2,380.69
--------------------	---------------------	----------------------	--------------------

AMORTIZACIÓN					
AÑOS	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	PRINCIPAL PAGADO
1	\$ 114,471.59	\$ 19,096.88	\$ 10,394.02	\$ 29,490.90	\$ 95,374.71
2	\$ 95,374.71	\$ 20,830.87	\$ 8,660.02	\$ 29,490.90	\$ 74,543.84
3	\$ 74,543.84	\$ 22,722.31	\$ 6,768.58	\$ 29,490.90	\$ 51,821.53
4	\$ 51,821.53	\$ 24,785.50	\$ 4,705.39	\$ 29,490.90	\$ 27,036.02
5	\$ 27,036.02	\$ 27,036.02	\$ 2,454.87	\$ 29,490.90	\$ 0.00

DIVIDENDOS	PRINCIPAL	PAGO PRINCIPAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	PRINCIPAL PAGADO
1	\$ 114,471.59	\$ 1,514.52	\$ 866.17	\$ 2,380.69	\$ 112,957.07
2	\$ 112,957.07	\$ 1,525.98	\$ 854.71	\$ 2,380.69	\$ 111,431.09
3	\$ 111,431.09	\$ 1,537.53	\$ 843.16	\$ 2,380.69	\$ 109,893.56
4	\$ 109,893.56	\$ 1,549.16	\$ 831.53	\$ 2,380.69	\$ 108,344.40
5	\$ 108,344.40	\$ 1,560.88	\$ 819.81	\$ 2,380.69	\$ 106,783.52
6	\$ 106,783.52	\$ 1,572.69	\$ 808.00	\$ 2,380.69	\$ 105,210.82
7	\$ 105,210.82	\$ 1,584.59	\$ 796.10	\$ 2,380.69	\$ 103,626.23
8	\$ 103,626.23	\$ 1,596.58	\$ 784.11	\$ 2,380.69	\$ 102,029.65
9	\$ 102,029.65	\$ 1,608.66	\$ 772.02	\$ 2,380.69	\$ 100,420.98
10	\$ 100,420.98	\$ 1,620.84	\$ 759.85	\$ 2,380.69	\$ 98,800.14
11	\$ 98,800.14	\$ 1,633.10	\$ 747.59	\$ 2,380.69	\$ 97,167.04
12	\$ 97,167.04	\$ 1,645.46	\$ 735.23	\$ 2,380.69	\$ 95,521.58
13	\$ 95,521.58	\$ 1,657.91	\$ 722.78	\$ 2,380.69	\$ 93,863.68
14	\$ 93,863.68	\$ 1,670.45	\$ 710.24	\$ 2,380.69	\$ 92,193.22
15	\$ 92,193.22	\$ 1,683.09	\$ 697.60	\$ 2,380.69	\$ 90,510.13
16	\$ 90,510.13	\$ 1,695.83	\$ 684.86	\$ 2,380.69	\$ 88,814.30
17	\$ 88,814.30	\$ 1,708.66	\$ 672.03	\$ 2,380.69	\$ 87,105.64
18	\$ 87,105.64	\$ 1,721.59	\$ 659.10	\$ 2,380.69	\$ 85,384.05
19	\$ 85,384.05	\$ 1,734.62	\$ 646.07	\$ 2,380.69	\$ 83,649.43
20	\$ 83,649.43	\$ 1,747.74	\$ 632.95	\$ 2,380.69	\$ 81,901.69
21	\$ 81,901.69	\$ 1,760.97	\$ 619.72	\$ 2,380.69	\$ 80,140.73
22	\$ 80,140.73	\$ 1,774.29	\$ 606.40	\$ 2,380.69	\$ 78,366.43
23	\$ 78,366.43	\$ 1,787.72	\$ 592.97	\$ 2,380.69	\$ 76,578.72
24	\$ 76,578.72	\$ 1,801.24	\$ 579.45	\$ 2,380.69	\$ 74,777.48
25	\$ 74,777.48	\$ 1,814.87	\$ 565.82	\$ 2,380.69	\$ 72,962.60
26	\$ 72,962.60	\$ 1,828.61	\$ 552.08	\$ 2,380.69	\$ 71,134.00
27	\$ 71,134.00	\$ 1,842.44	\$ 538.25	\$ 2,380.69	\$ 69,291.56
28	\$ 69,291.56	\$ 1,856.38	\$ 524.31	\$ 2,380.69	\$ 67,435.17
29	\$ 67,435.17	\$ 1,870.43	\$ 510.26	\$ 2,380.69	\$ 65,564.74
30	\$ 65,564.74	\$ 1,884.58	\$ 496.11	\$ 2,380.69	\$ 63,680.16
31	\$ 63,680.16	\$ 1,898.84	\$ 481.85	\$ 2,380.69	\$ 61,781.32
32	\$ 61,781.32	\$ 1,913.21	\$ 467.48	\$ 2,380.69	\$ 59,868.11
33	\$ 59,868.11	\$ 1,927.69	\$ 453.00	\$ 2,380.69	\$ 57,940.42
34	\$ 57,940.42	\$ 1,942.27	\$ 438.42	\$ 2,380.69	\$ 55,998.15
35	\$ 55,998.15	\$ 1,956.97	\$ 423.72	\$ 2,380.69	\$ 54,041.18
36	\$ 54,041.18	\$ 1,971.78	\$ 408.91	\$ 2,380.69	\$ 52,069.40
37	\$ 52,069.40	\$ 1,986.70	\$ 393.99	\$ 2,380.69	\$ 50,082.70
38	\$ 50,082.70	\$ 2,001.73	\$ 378.96	\$ 2,380.69	\$ 48,080.97
39	\$ 48,080.97	\$ 2,016.88	\$ 363.81	\$ 2,380.69	\$ 46,064.10
40	\$ 46,064.10	\$ 2,032.14	\$ 348.55	\$ 2,380.69	\$ 44,031.96
41	\$ 44,031.96	\$ 2,047.51	\$ 333.18	\$ 2,380.69	\$ 41,984.45
42	\$ 41,984.45	\$ 2,063.01	\$ 317.68	\$ 2,380.69	\$ 39,921.44
43	\$ 39,921.44	\$ 2,078.62	\$ 302.07	\$ 2,380.69	\$ 37,842.82
44	\$ 37,842.82	\$ 2,094.34	\$ 286.34	\$ 2,380.69	\$ 35,748.48
45	\$ 35,748.48	\$ 2,110.19	\$ 270.50	\$ 2,380.69	\$ 33,638.29
46	\$ 33,638.29	\$ 2,126.16	\$ 254.53	\$ 2,380.69	\$ 31,512.13
47	\$ 31,512.13	\$ 2,142.25	\$ 238.44	\$ 2,380.69	\$ 29,369.88
48	\$ 29,369.88	\$ 2,158.46	\$ 222.23	\$ 2,380.69	\$ 27,211.42
49	\$ 27,211.42	\$ 2,174.79	\$ 205.90	\$ 2,380.69	\$ 25,036.64
50	\$ 25,036.64	\$ 2,191.25	\$ 189.44	\$ 2,380.69	\$ 22,845.39
51	\$ 22,845.39	\$ 2,207.83	\$ 172.86	\$ 2,380.69	\$ 20,637.57
52	\$ 20,637.57	\$ 2,224.53	\$ 156.16	\$ 2,380.69	\$ 18,413.03
53	\$ 18,413.03	\$ 2,241.36	\$ 139.33	\$ 2,380.69	\$ 16,171.67
54	\$ 16,171.67	\$ 2,258.32	\$ 122.37	\$ 2,380.69	\$ 13,913.35
55	\$ 13,913.35	\$ 2,275.41	\$ 105.28	\$ 2,380.69	\$ 11,637.94
56	\$ 11,637.94	\$ 2,292.63	\$ 88.06	\$ 2,380.69	\$ 9,345.31
57	\$ 9,345.31	\$ 2,309.98	\$ 70.71	\$ 2,380.69	\$ 7,035.33
58	\$ 7,035.33	\$ 2,327.45	\$ 53.23	\$ 2,380.69	\$ 4,707.88
59	\$ 4,707.88	\$ 2,345.07	\$ 35.62	\$ 2,380.69	\$ 2,362.81
60	\$ 2,362.81	\$ 2,362.81	\$ 17.88	\$ 2,380.69	\$ 0.00

**6.6 CUADRO DE DEPRECIACIONES DE ACTIVOS
TANGIBLES y AMORTIZACIÓN DE INTANGIBLES**

	EQ. DE COMPUTACION	MUEBLES DE OFICINA	EQUIPO OFICINA	VEHICULO
VALOR DEL BIEN	2,080.00	7,300.00	3,867.84	111,000.00
% VALOR RESIDUAL	10%	10%	10%	10%
AÑOS DE VIDA UTIL	3	10	10	5
DEPRECIACION ANUAL	624.00	657.00	348.11	19,980.00
DEPRECIACION MENSUAL	52.00	54.75	29.01	1,665.00

VALOR ACTIVO INTANGIBLE	\$ 650.00
PERIODO AMORTIZACION	5
AMORTIZACION ANUAL	\$ 130.00
AMORTIZACION MENSUAL	\$ 10.83

6.7 PROYECCION DE GASTOS

6.7.1 Proyección de gastos mensuales

PRESUPUESTO DE GASTOS GENERALES MENSUAL													
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	\$ 11,342.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,342.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 134,789.95
Sueldos Supervisores	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 2,215.68	\$ 26,588.16
Sueldos Cajeras	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 1,949.72	\$ 23,396.64
Sueldos Contadores	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 686.41	\$ 8,236.92
Sueldos Guardias	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 1,683.76	\$ 20,205.12
Horas Extras	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 293.33	\$ 3,520.00
Servicios Basicos	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 520.00	\$ 6,240.00
Renta Locales	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 17,400.00
Suministros	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00
Depreciacion Vehiculo]	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 1,665.00	\$ 19,980.00
Depreciacion Equipos	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 29.01	\$ 348.11
Depreciacion Muebles	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 54.75	\$ 657.00
Deprecacion Eq.Comp.	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 52.00	\$ 624.00
Materiales Limpieza	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00
Uniformes	\$ 132.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 132.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 264.00
Amortizacion	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 10.83	\$ 130.00
GASTOS DE VENTAS	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 8,983.68
Gastos de Publicidad	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 492.64	\$ 5,911.68
Frecuencia	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 256.00	\$ 3,072.00
GASTOS FINANCIEROS	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 10,394.02
Gastos de Intereses	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 10,394.02
OTROS GASTOS	\$ 1,119.72	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,119.72
Matricula	\$ 900.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 900.00
SOAT	\$ 219.72	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 219.72
TOTALES	\$ 14,077.02	\$ 12,825.30	\$ 12,825.30	\$ 12,825.30	\$ 12,825.30	\$ 12,957.30	\$ 12,825.30	\$ 12,825.30	\$ 12,825.30	\$ 12,825.30	\$ 12,825.30	\$ 12,825.30	\$ 155,287.37

6.7.2 Proyección de gastos anuales

INFLACION		4.40%			
PROYECCION ANUAL DE GASTOS GENERALES					
DESCRIPCION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
GASTOS DE ADMINIST	\$ 134,789.95	\$ 139,764.18	\$ 144,957.29	\$ 149,754.89	\$ 155,415.04
Sueldos Supervisores	\$ 26,588.16	\$ 27,758.04	\$ 28,979.39	\$ 30,254.49	\$ 31,585.68
Sueldos Cajeras	\$ 23,396.64	\$ 24,426.09	\$ 25,500.84	\$ 26,622.88	\$ 27,794.28
Sueldos Contadores	\$ 8,236.92	\$ 8,599.34	\$ 8,977.72	\$ 9,372.74	\$ 9,785.14
Sueldos Guardias	\$ 20,205.12	\$ 21,094.15	\$ 22,022.29	\$ 22,991.27	\$ 24,002.88
Horas Extras	\$ 3,520.00	\$ 3,674.88	\$ 3,836.57	\$ 4,005.38	\$ 4,181.62
Servicios Basicos	\$ 6,240.00	\$ 6,514.56	\$ 6,801.20	\$ 7,100.45	\$ 7,412.87
Renta Locales	\$ 17,400.00	\$ 18,165.60	\$ 18,964.89	\$ 19,799.34	\$ 20,670.51
Suministros	\$ 6,000.00	\$ 6,264.00	\$ 6,539.62	\$ 6,827.36	\$ 7,127.76
Materiales Limpieza	\$ 1,200.00	\$ 1,252.80	\$ 1,307.92	\$ 1,365.47	\$ 1,425.55
Uniformes	\$ 264.00	\$ 275.62	\$ 287.74	\$ 300.40	\$ 313.62
Depreciacion Vehiculo]	\$ 19,980.00	\$ 19,980.00	\$ 19,980.00	\$ 19,980.00	\$ 19,980.00
Depreciacion Equipos	\$ 348.11	\$ 348.11	\$ 348.11	\$ 348.11	\$ 348.11
Depreciacion Muebles	\$ 657.00	\$ 657.00	\$ 657.00	\$ 657.00	\$ 657.00
Depreciacion Eq.Comp.	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 624.00	\$ 0.00	\$ 0.00
Amortizacion	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00	\$ 130.00
GASTOS DE VENTAS	\$ 8,983.68	\$ 9,378.96	\$ 9,791.64	\$ 10,222.47	\$ 10,672.26
Gastos de Publicidad	\$ 5,911.68	\$ 6,171.79	\$ 6,443.35	\$ 6,726.86	\$ 7,022.84
Frecuencia	\$ 3,072.00	\$ 3,207.17	\$ 3,348.28	\$ 3,495.61	\$ 3,649.41
GASTOS FINANCIEROS	\$ 10,394.02	\$ 8,660.02	\$ 6,768.58	\$ 4,705.39	\$ 2,454.87
Gastos de Intereses	\$ 10,394.02	\$ 8,660.02	\$ 6,768.58	\$ 4,705.39	\$ 2,454.87
OTROS GASTOS	\$ 1,119.72	\$ 949.39	\$ 815.48	\$ 710.82	\$ 629.66
Matricula	\$ 900.00	\$ 720.00	\$ 576.00	\$ 460.80	\$ 368.64
SOAT	\$ 219.72	\$ 229.39	\$ 239.48	\$ 250.02	\$ 261.02
TOTALES	\$ 155,287.37	\$ 158,752.56	\$ 162,332.98	\$ 165,393.57	\$ 169,171.82

6.8 PROYECCION DE COSTOS DE OPERACIÓN

6.8.1 Proyección de costos de operación mensuales

PRESUPUESTO DE COSTOS DE OPERACION													
	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
COSTOS FIJOS	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 2,980.58	\$ 35,766.96
SUELDOS CHOFERES	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 2,880.58	\$ 34,566.96
GARAJE	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00
COSTOS VARIABLES	\$ 1,968.09	\$ 2,104.40	\$ 2,103.71	\$ 1,810.29	\$ 1,810.29	\$ 1,810.29	\$ 1,829.49	\$ 1,929.70	\$ 1,910.50	\$ 1,929.70	\$ 1,929.70	\$ 2,058.10	\$ 23,194.26
COMBUSTIBLE	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 735.00	\$ 8,820.00
MANTENIMIENTO	\$ 616.29	\$ 752.60	\$ 751.91	\$ 606.09	\$ 606.09	\$ 606.09	\$ 606.09	\$ 706.30	\$ 706.30	\$ 706.30	\$ 706.30	\$ 706.30	\$ 8,076.66
PEAJE	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 72.00	\$ 864.00
BEBIDAS PASAJERO	\$ 544.80	\$ 544.80	\$ 544.80	\$ 397.20	\$ 397.20	\$ 397.20	\$ 416.40	\$ 416.40	\$ 397.20	\$ 416.40	\$ 416.40	\$ 544.80	\$ 5,433.60
TOTALES	\$ 4,948.67	\$ 5,084.98	\$ 5,084.29	\$ 4,790.87	\$ 4,790.87	\$ 4,790.87	\$ 4,810.07	\$ 4,910.28	\$ 4,891.08	\$ 4,910.28	\$ 4,910.28	\$ 5,038.68	\$ 58,961.22

6.8.2 Proyección de costos de operación anuales

INFLACION	4.40%				
PROYECCION ANUAL DE COSTOS DE OPERACION					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
COSTOS FIJOS	\$ 35,766.96	\$ 37,340.71	\$ 38,983.70	\$ 40,698.98	\$ 42,489.74
SUELDOS CHOFERES	\$ 34,566.96	\$ 36,087.91	\$ 37,675.77	\$ 39,333.51	\$ 41,064.18
GARAJE	\$ 1,200.00	\$ 1,252.80	\$ 1,307.92	\$ 1,365.47	\$ 1,425.55
COSTOS VARIABLES	\$ 23,194.26	\$ 24,214.81	\$ 25,280.26	\$ 26,392.59	\$ 27,553.86
COMBUSTIBLE	\$ 8,820.00	\$ 9,208.08	\$ 9,613.24	\$ 10,036.22	\$ 10,477.81
MANTENIMIENTO	\$ 8,076.66	\$ 8,432.03	\$ 8,803.04	\$ 9,190.38	\$ 9,594.75
PEAJE	\$ 864.00	\$ 902.02	\$ 941.70	\$ 983.14	\$ 1,026.40
BEBIDAS PASAJERO	\$ 5,433.60	\$ 5,672.68	\$ 5,922.28	\$ 6,182.86	\$ 6,454.90
TOTALES	\$ 58,961.22	\$ 61,555.51	\$ 64,263.96	\$ 67,091.57	\$ 70,043.60

6.9 ESTADO DE RESULTADOS

6.9.1 Estado de resultados mensual

PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS MENSUAL														
RUBROS		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
VENTAS		\$ 28,679.00	\$ 28,679.00	\$ 28,679.00	\$ 24,402.50	\$ 24,402.50	\$ 24,402.50	\$ 24,947.50	\$ 24,947.50	\$ 24,402.50	\$ 24,947.50	\$ 24,947.50	\$ 28,679.00	\$ 312,116.00
(-) COSTOS OPERACIONALES		\$ 4,948.67	\$ 5,084.98	\$ 5,084.29	\$ 4,790.87	\$ 4,790.87	\$ 4,790.87	\$ 4,810.07	\$ 4,910.28	\$ 4,891.08	\$ 4,910.28	\$ 4,910.28	\$ 5,038.68	\$ 58,961.22
= UTILIDAD BRUTA		\$ 23,730.33	\$ 23,594.02	\$ 23,594.71	\$ 19,611.63	\$ 19,611.63	\$ 19,611.63	\$ 20,137.43	\$ 20,037.22	\$ 19,511.42	\$ 20,037.22	\$ 20,037.22	\$ 23,640.32	\$ 253,154.78
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 11,342.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,342.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 11,210.50	\$ 134,789.95
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 748.64	\$ 8,983.68
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 866.17	\$ 10,394.02
(-) OTROS GASTOS		\$ 1,119.72	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 1,119.72
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION A TRABAJADORES		\$ 9,653.31	\$ 10,768.72	\$ 10,769.41	\$ 6,786.33	\$ 6,786.33	\$ 6,654.33	\$ 7,312.13	\$ 7,211.92	\$ 6,686.12	\$ 7,211.92	\$ 7,211.92	\$ 10,815.02	\$ 97,867.41
(-) 15% PARTICIPACION A TRABAJADORES	15%	\$ 1,448.00	\$ 1,615.31	\$ 1,615.41	\$ 1,017.95	\$ 1,017.95	\$ 998.15	\$ 1,096.82	\$ 1,081.79	\$ 1,002.92	\$ 1,081.79	\$ 1,081.79	\$ 1,622.25	\$ 14,680.11
= UTILIDAD/PERDIDA ANTES IMP.TOS.		\$ 8,205.31	\$ 9,153.41	\$ 9,154.00	\$ 5,768.38	\$ 5,768.38	\$ 5,656.18	\$ 6,215.31	\$ 6,130.13	\$ 5,683.20	\$ 6,130.13	\$ 6,130.13	\$ 9,192.76	\$ 83,187.30
(-) 24% IMP. A LA RENTA	24%	\$ 1,969.27	\$ 2,196.82	\$ 2,196.96	\$ 1,384.41	\$ 1,384.41	\$ 1,357.48	\$ 1,491.67	\$ 1,471.23	\$ 1,363.97	\$ 1,471.23	\$ 1,471.23	\$ 2,206.26	\$ 19,954.95
UTILIDAD NETA		\$ 6,236.04	\$ 6,956.59	\$ 6,957.04	\$ 4,383.97	\$ 4,383.97	\$ 4,298.69	\$ 4,723.63	\$ 4,658.90	\$ 4,319.23	\$ 4,658.90	\$ 4,658.90	\$ 6,986.50	\$ 63,222.35

6.9.2 Estado de resultados anual

PROYECCION ESTADO DE RESULTADOS ANUAL						
RUBROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS		\$ 312,116.00	\$ 327,721.80	\$ 344,107.89	\$ 361,313.28	\$ 379,378.95
(-) COSTOS OPERACIONALES		\$ 58,961.22	\$ 61,555.51	\$ 64,263.96	\$ 67,091.57	\$ 70,043.60
= UTILIDAD BRUTA		\$ 253,154.78	\$ 266,166.29	\$ 279,843.93	\$ 294,221.71	\$ 309,335.35
(-) GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 134,789.95	\$ 139,764.18	\$ 144,957.29	\$ 149,754.89	\$ 155,415.04
(-) GASTOS DE VENTAS		\$ 8,983.68	\$ 9,378.96	\$ 9,791.64	\$ 10,222.47	\$ 10,672.26
(-) GASTOS FINANCIEROS		\$ 10,394.02	\$ 8,660.02	\$ 6,768.58	\$ 4,705.39	\$ 2,454.87
(-) OTROS GASTOS		\$ 1,119.72	\$ 949.39	\$ 815.48	\$ 710.82	\$ 629.66
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACION A TRABAJADORES		\$ 97,867.41	\$ 107,413.73	\$ 117,510.95	\$ 128,828.15	\$ 140,163.53
(-) 15% PARTICIPACION A TRABAJADORES	15%	\$ 14,680.11	\$ 16,112.06	\$ 17,626.64	\$ 19,324.22	\$ 21,024.53
= UTILIDAD/PERDIDA ANTES IMP.TOS.		\$ 83,187.30	\$ 91,301.67	\$ 99,884.31	\$ 109,503.93	\$ 119,139.00
(-) 24% IMP. A LA RENTA	24%	\$ 19,964.95	\$ 21,912.40	\$ 23,972.23	\$ 26,280.94	\$ 28,593.36
UTILIDAD NETA		\$ 63,222.35	\$ 69,389.27	\$ 75,912.07	\$ 83,222.98	\$ 90,545.64

El impuesto a la Renta, según el Código Orgánico de la Producción, Comercio e Inversiones, que reforma a la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno, estipula que la tarifa del I.R. para sociedades es del 22% y que como incentivo tributario se establece que la tarifa del 25% se reducirá en 3 puntos porcentuales desde el 2011, quedando EL 24% para el 2011, el 23% para el año 2012, hasta llegar al 22% que es la tarifa aplicable a partir del 2013.

6.10 FLUJO DE CAJA ANUAL

FLUJO DE CAJA ANUAL						
RUBROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 312,116.00	\$ 327,721.80	\$ 344,107.89	\$ 361,313.28	\$ 379,378.95
(-) Egresos por ventas						
Gasto de operacion		\$ 58,961.22	\$ 61,555.51	\$ 64,263.96	\$ 67,091.57	\$ 70,043.60
Gastos de administración		\$ 113,050.84	\$ 118,025.08	\$ 123,218.18	\$ 128,639.78	\$ 134,299.93
Gastos de Ventas		\$ 8,983.68	\$ 9,378.96	\$ 9,791.64	\$ 10,222.47	\$ 10,672.26
Otros gastos		\$ 1,119.72	\$ 949.39	\$ 815.48	\$ 710.82	\$ 629.66
Impuesto a la Renta			\$ 19,964.95	\$ 21,912.40	\$ 23,972.23	\$ 26,280.94
Participacion de trabajadores			\$ 14,680.11	\$ 16,112.06	\$ 17,626.64	\$ 19,324.22
= FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 130,000.54	\$ 103,167.80	\$ 107,994.18	\$ 113,049.77	\$ 118,128.34
FLUJO DE INVERSION						
Ingresos de efectivo						
Ventas de activos fijos		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
= FLUJO NETO DE INVERSION		\$ 0.00				
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
PRETAMOS RECIBIDOS		\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00	\$ 0.00
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de prestamos o principal		\$ 19,096.88	\$ 20,830.87	\$ 22,722.31	\$ 24,785.50	\$ 27,036.02
Pago de intereses		\$ 10,394.02	\$ 8,660.02	\$ 6,768.58	\$ 4,705.39	\$ 2,454.87
= FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO		-\$ 29,490.90				
FLUJO NETO DE CAJA	-\$ 163,530.84	\$ 100,509.64	\$ 73,676.90	\$ 78,503.28	\$ 83,558.88	\$ 88,637.44
		\$ 63,021.20	0.85537253			
			312.210972			

6.11 EVALUACION FINANCIERA

EVALUACION FINANCIERA		
TASA DE DESCUENTO	16%	TASA DE OPORTUNIDAD
VAN	\$ 280,044.18	VAN > 0 EL PROYECTO ES VIABLE
TIR	45%	LA TIR > A LA TASA DE DESCUENTO. EL NEGOCIO ES RENTABLE
RELACION BENEFICIO-COSTO B/C	\$ 1.71	POR CADA DOLAR QUE SE INVIERTE, SE GENERA \$1,71 ADICIONALES
PERIODO DE RECUPERACION	1.85	LA INVERSIÓN SE RECUPERARÁ APROXIMADAMENTE EN UN PERIODO DE UN AÑO Y 10 MESES

6.12 BALACE GENERAL

BALANCE GENERAL						
ACTIVOS	INICIAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS CORRIENTES						
Caja	\$ 38,633.00	\$ 139,142.64	\$ 212,819.54	\$ 291,322.82	\$ 374,881.70	\$ 463,519.14
Total activos corrientes	\$ 38,633.00	\$ 139,142.64	\$ 212,819.54	\$ 291,322.82	\$ 374,881.70	\$ 463,519.14
ACTIVOS FIJOS						
Muebles de oficina	\$ 7,300.00	\$ 7,300.00	\$ 7,300.00	\$ 7,300.00	\$ 7,300.00	\$ 7,300.00
Equipos de oficina	\$ 3,867.84	\$ 3,867.84	\$ 3,867.84	\$ 3,867.84	\$ 3,867.84	\$ 3,867.84
Equipos de computacion	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00	\$ 2,080.00
Vehiculos	\$ 111,000.00	\$ 111,000.00	\$ 111,000.00	\$ 111,000.00	\$ 111,000.00	\$ 111,000.00
(-) Depreciacion acumulada		-\$ 21,609.11	-\$ 43,218.21	-\$ 64,827.32	-\$ 85,812.42	-\$ 106,797.53
Total activos fijos	\$ 124,247.84	\$ 102,638.73	\$ 81,029.63	\$ 59,420.52	\$ 38,435.42	\$ 17,450.31
ACTIVOS DIFERIDOS						
Gastos de constitucion	\$ 650.00	\$ 650.00	\$ 650.00	\$ 650.00	\$ 650.00	\$ 650.00
(-) Amortizacion acumulada		-\$ 130.00	-\$ 260.00	-\$ 390.00	-\$ 520.00	-\$ 650.00
Total activos diferidos	\$ 650.00	\$ 520.00	\$ 390.00	\$ 260.00	\$ 130.00	\$ 0.00
TOTAL DE ACTIVOS	\$ 163,530.84	\$ 242,301.38	\$ 294,239.17	\$ 351,003.35	\$ 413,447.12	\$ 480,969.45
PASIVOS						
PASIVOS CORRIENTES						
Cuentas por pagar						
Participacion a trabajadores por pagar		\$ 14,680.11	\$ 16,112.06	\$ 17,626.64	\$ 19,324.22	\$ 21,024.53
Impuesto a la Renta por pagar		\$ 19,964.95	\$ 21,912.40	\$ 23,972.23	\$ 26,280.94	\$ 28,593.36
Total pasivos corrientes		\$ 34,645.06	\$ 38,024.46	\$ 41,598.88	\$ 45,605.16	\$ 49,617.89
PASIVOS A LARGO PLAZO						
Prestamo bancario	\$ 114,471.59	\$ 95,374.71	\$ 74,543.84	\$ 51,821.53	\$ 27,036.02	\$ 0.00
Total pasivos a largo plazo	\$ 114,471.59	\$ 95,374.71	\$ 74,543.84	\$ 51,821.53	\$ 27,036.02	\$ 0.00
TOTAL DE PASIVOS	\$ 114,471.59	\$ 130,019.78	\$ 112,568.30	\$ 93,420.40	\$ 72,641.19	\$ 49,617.89
PATRIMONIO						
Capital social	\$ 49,059.25	\$ 49,059.25	\$ 49,059.25	\$ 49,059.25	\$ 49,059.25	\$ 49,059.25
Utilidad del ejercicio		\$ 63,222.35	\$ 69,389.27	\$ 75,912.07	\$ 83,222.98	\$ 90,545.64
Utilidades retenidas		\$ 0.00	\$ 63,222.35	\$ 132,611.62	\$ 208,523.69	\$ 291,746.68
TOTAL DE PATRIMONIO	\$ 49,059.25	\$ 112,281.60	\$ 181,670.87	\$ 257,582.95	\$ 340,805.93	\$ 431,351.57
TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO	\$ 163,530.84	\$ 242,301.38	\$ 294,239.17	\$ 351,003.35	\$ 413,447.12	\$ 480,969.45

6.13 PUNTO DE EQUILIBRIO

PUNTO DE EQUILIBRIO PONDERADO PARA EL PRIMER AÑO							
COSTOS VARIABLES	\$ 29,194.26						
COSTOS FIJOS	\$ 181,534.33						

PRODUCTO	PRODUCC	PRECIOS	% VENTAS	C. VARIABLES	%C. FIJOS	C.V.U	PTO.EQUIL (Q)
GYE - PLAYAS - GYE	7200	\$ 8.00	9.89%	\$ 2,886.08	\$ 17,946.06	\$ 0.40	2,361.59
GYE - PLAYAS - GYE MINUSVALIDOS	40	\$ 4.00	0.05%	\$ 16.03	\$ 99.70	\$ 0.40	27.70
GYE - SALINAS - GYE	7200	\$ 9.00	9.89%	\$ 2,886.08	\$ 17,946.06	\$ 0.40	2,086.96
GYE - SALINAS - GYE MINUSVALIDOS	40	\$ 4.50	0.05%	\$ 16.03	\$ 99.70	\$ 0.40	24.32
GYE - MANTA - GYE	3600	\$ 10.00	4.94%	\$ 1,443.04	\$ 8,973.03	\$ 0.40	934.77
GYE - MANTA - GYE MINUSVALIDOS	32	\$ 5.00	0.04%	\$ 12.83	\$ 79.76	\$ 0.40	17.34
ENCOMIENDAS GYE - PLAYAS - GYE	14400	\$ 2.80	19.77%	\$ 5,772.15	\$ 35,892.11	\$ 0.40	14,960.31
ENCOMIENDAS GYE - SALINAS - GYE	17280	\$ 2.80	23.73%	\$ 6,926.58	\$ 43,070.53	\$ 0.40	17,952.37
ENCOMIENDAS GYE - MANTA - GYE	23040	\$ 2.80	31.63%	\$ 9,235.44	\$ 57,427.38	\$ 0.40	23,936.49
TOTAL	72832		100.00%	\$ 29,194.26	\$ 181,534.33		

6.14 ANALISIS DE RENTABILIDAD

ANÁLISIS DE RENTABILIDAD DEL PROYECTO					
INDICADOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Margen Bruto	81.11%	81.22%	81.32%	81.43%	81.54%
Margen Neto	20.26%	21.17%	22.06%	23.03%	23.87%
ROA (Retorno sobre activos)	\$ 0.39	\$ 0.29	\$ 0.26	\$ 0.24	\$ 0.22
ROE (Retorno sobre capital)	\$ 1.29	\$ 1.41	\$ 1.55	\$ 1.70	\$ 1.85

6.15 ANALISIS DE SENSIBILIDAD

ANALISIS DE SENSIBILIDAD			
	PESIMISTA	CASO BASE	OPTIMISTA
TASA DE DESCUENTO	16%	16%	16%
VAN	\$ 183,463.29	\$ 280,309.67	\$ 393,175.84
TIR	21%	45%	71%
RELACION BENEFICIO-COSTO B/C	1.12	\$ 1.71	\$ 2.40
PERIODO DE RECUPERACION	2.98	1.85	1.71

CAPITULO VII
CRONOGRAMA Y SISTEMA DE MONITOREO DEL
PROYECTO

7.1 CRONOGRAMA DEL PROYECTO

Actividades	2012					2012
	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN
PRE-OPERATIVO						
Estudio del mercado	X					
Encuestas	X					
Plan de marketing	X					
Plan Operativo	X					
Plan Financiero	X					
Obtención del capital		X				
Obtención de permisos legales		X				
Alquiler del locales		X				
Adecuaciones			X			
Compra de equipos				X		
Convenio con proveedores				X		
Compra de insumos				X		
Compra de furgonetas				X		
Adecuación de Furgonetas					X	
Publicidad					X	
Contrato de personal						X
OPERATIVO						
Inicio de Actividades					X	X

7.2 SISTEMA DE GESTION Y MONITOREO DEL PROYECTO.

La empresa ha desarrollado un sistema de gestión y monitoreo del proyecto, el cual se desarrollará en todas las áreas del mismo:

Adecuación de los locales

Se va a inspeccionar que los equipos queden bien instalados en cada área donde se va a necesitar, la mobiliaria debe estar en perfecto estado.

Adecuación de Furgonetas

Las furgonetas H1 serán llevadas al taller mecánico para que sean modificadas instalándole las rampas que necesitaran para el uso de silla de ruedas de los

minusválidos, por otra parte también se inspeccionará el adecuamiento del equipo audiovisual de las furgonetas como son las pantallas que serán colocadas en la parte posterior de cada asiento.

Marketing

Antes de poner en marcha la empresa, se dará seguimiento al lanzamiento de toda la publicidad planeada con el fin de entrar en el mercado agresivamente, y que el mercado ya se familiarice con el negocio.

Operación

Antes del inicio de las operaciones se debe inspeccionar la correcta contratación de personal quienes deberán ser capacitados un mes antes de empezar a operar.

Inicio de operaciones

Al momento de empezar a operar, los accionistas o jefes de la empresa estarán constantemente inspeccionando que se cumplan con los objetivos de la empresa y con la política de calidad establecida con el fin de crear fidelidad y confianza con el cliente.

Además de estar al tanto de la parte financiera y de estar al día con el pago de tributos.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

Los estudios de mercado y el cuadro de estado financiero han ayudado en el momento de comprobar si el proyecto es rentable o no; ya que ha proporcionado la información necesaria y los indicadores adecuados que debe seguir y de esta manera facilita la correcta toma de decisiones en la iniciación de este nuevo proyecto.

La Investigación de Mercado fue de mucha importancia ya que ayudó a tener conocimiento sobre la afluencia de pasajeros hacia los destinos que ECU Transporte va a operar y las preferencias de los clientes en el momento de viajar.

Por otro lado el enfoque teórico metodológico ayuda a saber que tan desarrollado está el turismo accesible en el Ecuador, por lo cual se considera que la puesta en marcha del negocio constituye al desarrollo de este tipo de turismo en el país.

Los resultados del estudio financiero demuestran lo siguiente

- El VAN positivo nos indica que el proyecto es viable.
- La TIR es mayor a la tasa de descuento lo que demuestra que el negocio es rentable.
- El periodo de recuperación es aproximadamente de 1 año y 10 meses lo que lo hace atractivo para los inversionistas.

En conclusión, todos los estudios desarrollados demuestran que la puesta en marcha de este proyecto contribuye al desarrollo del turismo en el país, además de incluir a las personas con capacidades especiales.

Recomendaciones

Este proyecto está enfocado a la inclusión de personas minusválidas para desarrollar en el Ecuador un turismo accesible, por esta razón se recomienda lo siguiente:

- Fomentar la iniciativa a las personas con capacidades especiales a viajar sin ninguna limitación y con seguridad, contribuyendo al turismo dentro del país.
- Dar a conocer este tipo de transporte que posee fácil acceso y mejor comodidad.
- Concluir con las obras en materia de viabilidad en la región costa para así evitar contratiempos durante el viaje.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Asamblea Constituyente del Ecuador. (2008). Constitución del Ecuador.

Recuperado de

http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf

Albrecht, Gary L. y Bury, Michael (2001). The political economy of the disability marketplace. En G.L. Albrecht; K.D. Seelman y M. Bury (Eds.) *Handbook of disability studies* (pp. 585- 609). Thousand Oaks (CA): Sage.

Cooperativa de Servicios Municipales ICA PERU. (2009). El turismo como estrategia de desarrollo en la región de ICA (Perú). *Proyecto ICA Accesible*.

[Documento PDF]. Recuperado de:

http://www.ameriacc.org/realizaciones_data/4.pdf

Fernández Alles, M. T. (2009). Turismo Accesible: Importancia de la Accesibilidad para el Sector Turístico. [Documento PDF]. *Entelequia*.

Revista Interdisciplinar, (9), 211-224.

Recuperado de: <http://www.eumed.net/entelequia/es.art.php?a=09a11>

Hernández Pedreño, M., et al. (2008). *Exclusión social y desigualdad*. Murcia: Ediciones de la Universidad de Murcia.

Lacramioara Chirila, L. (s.f.). *Las Nuevas Tecnologías en el Turismo*. [Lectura en Línea] Recuperado de: <http://www.eumed.net>

- Lutz, R. J., & Weitz, B. A., (2005). *Posicionamiento de marca. Aplicación de conceptos de marketing estratégico*. Barcelona: Bresca Editorial
- Marcos Pérez, D. & González Velasco, D. (2003). Turismo accesible “Hacia un turismo para todos”. [Documento PDF]. Recuperado de: www.cermi.es/es-Es/coleccionesCermi/Cermi.es/lists/coleccion/attachments/51/4turismoAccesible.pdf
- Méndez Mora, E. (1991). *Introducción al estudio de la Invalidez*. San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.
- Millan Escriche, M. (2010). Gran Tour. *Revista de Investigaciones Turísticas* (2), 101-126.
- Ministerio de Turismo (2002). *Ley de Turismo*. [Documento PDF] Recuperado de http://www.turismo.gob.ec/phocadownload/LEY_TURISMO.pdf
- Mora Vanegas, C. (2003). *Problemas y retos de los mercados del presente* [Lectura en línea]. Recuperado de: http://www.degerencia.com/articulo/problemas_y_retos_de_los_mercados_del_presente
- Organización Mundial de Turismo (OMT). (2011).
- Grupo Comercio. (2011). Clase media creció su poder de compra en cuatro años. *Revista Lideres*, (8). Recuperado de: <http://www.revistalideres.ec/2011-01-17/Informe/LD110117P12INFORME1.aspx>

ANEXOS

Cotizaciones

1.1 Radios y pantallas audiovisuales (MP3 CAR AUDIO)



PROFORMA

7616

> **Quince**
MEGALOCAL - Circunvalación Sur y Subida a Turf Esquina
 TELF: 072 816228 072 883804 096391793
 LOCAL T: Centro Comercial MALL DEL RIO

> **Guayaquil** > **Quito**
MEGALOCAL - Av. Juan Tizocarranga (Diagonal a GALAUITO) TELF: 041 000002 celular: 096391793 MEGALOCAL - Av. 10 de Agosto y Rafael Bustamante TELF: 022 405119 022 402247 celular: 096391794

CLIENTE

NOMBRE: _____

TELF.: _____ CEL.: _____

E-MAIL: _____

VENDEDOR

NOMBRE: Consuelo

CEL: 096391796

FECHA: SEP 13

CANT	DESCRIPCION	P. UNIT	PRECIO TOTAL
2	Juegos de pantallas JueBex clip 2 DVS DOS DVS.	594,00	1198,00
1	RADIO HSEKIM DV	530,00	530,00
4	Sweetie	5,00	20,00
1	(cursthem)		45,00

DETALLES DE PAGO

CONTADO _____

CREDITO _____

TARJETA 3 meses 6 meses
12 meses 24 meses

SUBTOTAL _____

DESCUENTO _____

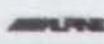
IMPUESTO I.V.A. _____

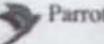
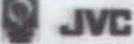
TOTAL 6793,00

Distribuidor Exclusivo para el Ecuador

RECIBI CONFORME



www.mp3carsaudio.net

1.2 Furgonetas Hyundai HI (ASIA CAR)

ASIA CAR

La confianza se gana



HYUNDAI

OPTIMETAL

Datos

Nombre: ERICKA VANA

Teléfono: 086 332383

Vehículo: H1 12 Pas 7M AC

Valor: _____ DÓLARES (INC. I.V.A.)

Precio de Contado 32.980 =

Financiamiento

Entrada US\$ 8.250 (25%) Entrada US\$ _____

Plazo 12 MESES US\$ _____

18 MESES US\$ _____

24 MESES US\$ _____

36 MESES US\$ 868

48 MESES US\$ 783

60 MESES US\$ 683

Notas: Incluye: Despejante (1 año); oventos laterales; Seguro (1 año)

Fecha: 17-08-2011

Usted fue atendido por: Josuan Peson

Celular No. 092616212 (m)
089124228 (clavo)

Guayaquil: Av. Carlos Julio Arsenauera s/n y Secundaria
PBR: 2252261 / 2257-275 / 2221-435 - Teléfonos: 2255-294 / 2255-2295
Guayaquil: Av. Francisco de Orellana Urb. Colinda Alcanza Mz. 2292 Sl. 26
Teléfonos: 630-0280 / 630-0361 / 630-0362 / 630-0363 / 630-0364
E-mail: asiacar@asiacar.com.ec - www.hyundai-asiacar.com.ec

Cotización válida por ocho días

1.3 Radios bases y móviles (MARCONI S.A.)

Guayaquil, 24 de Agosto Del 2011

Srta.
Ericka Vera Carrion,

De mis consideraciones:

De acuerdo a su solicitud procedo a cotizar lo requerido por usted.

VENTA DE EQUIPOS, PRECIO CONTADO



04	4	Radios Móvil de fabricación Kenwood modelo TK-980, incluye: cable DC, micrófono, vincha de soporte para micrófono, antena de 3db de ganancia fuente de poder de 10 Amps	\$ 420.00	\$ 1,680.00
				
Subtotal				\$ 1,680.00
IVA 12%				\$ 201.60
Total				\$ 1,881.60

05	4	Radios bases de fabricación Kenwood modelo TK-980, incluye: cable DC, micrófono, vincha de soporte para micrófono, antena de 3db de ganancia fuente de poder de 10 Amps	\$ 499.96	\$ 1,999.84
 				
Subtotal				\$ 1,999.84
IVA 12%				\$ 239.98
Total				\$ 2,239.82

VENTA DE SERVICIO (PRECIO POR CADA EQUIPO)

Item	Cant.	Descripción	P. Unitario	P.Total
01	8	Servicio de Radiocomunicación Troncalizada con frecuencia en Manta, Playas, Salinas y Guayas	\$ 19.50	\$ 156.00
Subtotal				\$ 156.00
IVA 12 %				\$ 18.72
Total				174.72

dos sistemas de Back para Manta y Salinas a \$ 70 CADA UNO por mes

Servicios Adicionales SIN COSTO:

- 1.- Garantía de un año en equipos contra defectos de fabricación y de 6 meses en batería.
- 2.- Validez de la oferta: 15 días
- 3.- Para mayor información visite nuestra pagina web www.marconi.com.ec
- 4.- Canales Grupales y privados
- 5.- Forma de Pago Contra-Entrega

Requisitos:

Copia del RUC
Copia de Cédula del Representante Legal
Copia del Nombramiento del Representante Legal

Atentamente,

Nora Andrade V.
Asesor en Comunicaciones
CEL. 094949142

KENWOOD

Listen to the Future



TK-980/981

Trunked Compact Mobile Radios
(800/900 MHz)

FleetSync[®]

GENERAL FEATURES

- 15 W 800 & 900 MHz Models
- Trunked Format
- LTR[®] Trunked Systems
- Conventional Systems
- 32 Systems / 250 Groups
- System Scan
- List Type System Scan
- 10 Character Alphanumeric Alphas
- Backlit Dot Matrix LCD
- 3-Digit Sub-Display
- Function / Status LCD Icons
- Transmit / Busy / Call Alert / Warn LED
- 6 Backlit PF Keys
- 500 mW Speaker Audio
- Companded Audio
- Encryption / ANI Board Control

- Emergency Call Features
- DTMF Encode / Decode¹
- Time Out Timer
- Timed Power Off
- ACC Cable Option
- Ignition Sense¹
- Public Address / Horn Alert Option¹
- Dynamic Mobile Mic Included
- MIL-Spec Noise-canceling Mic Option
- MIL-Spec 12-Key Noise-canceling Mic Option
- Windows[®] Programming & Tuning¹
- Windows[®] Firmware Uploading¹
- Front Panel Test / Tune
- Cloning
- MIL-STD-810 C/D/E/F
- NPSPAC Option

CONVENTIONAL ZONES

- QT / DQT
- Single Priority Group Scan
- Busy Channel Lockout

TRUNKED ZONES¹

- Kenwood LTR[®] Features¹

FLEETSYNC[®] 1

- PTT ID Digital ANI
- Selective Call & Group Call
- Status Messaging
- Emergency Status
- Caller ID Display
- Short Text Messages¹
- PC Serial Interface



2. ENTREVISTA A PROFUNDIDAD

Entrevista a una persona minusválida

Edad: 37 años

¿Conoce usted alguna empresa de transporte público o privado que presta fácil acceso a minusválidos?

No, no conozco y si me gustaría que existiera una porque personas como yo no podemos viajar como en realidad quisiéramos. El gobierno debería prestar más atención a este sector de transporte para minusválidos.

¿Qué le gustaría recibir por parte de una empresa de transporte que brinde el servicio para minusválidos?

Primero una rampa como existe en la Metrovía para poder viajar en mi propia silla de ruedas y evitar que otras personas me carguen y puedan lastimarme.

Segundo un excelente trato no discriminatorio

Y por último simplemente viajar cómodo, seguro y rápido

¿Alguna vez ha escuchado el término turismo accesible o turismo para todos?

No.

Comentario adicional:

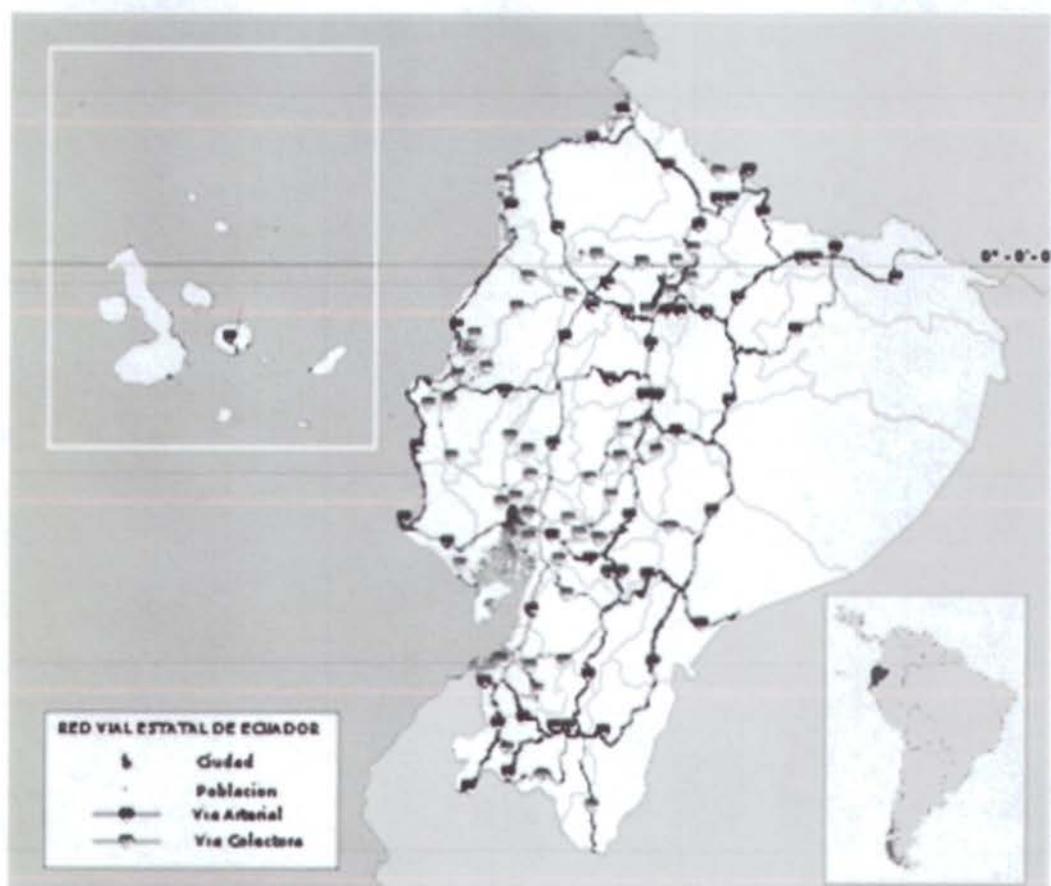
Hay muchas personas minusválidas en el Ecuador que no se animan a salir ni siquiera de su casa peor de viaje debido a que existen muchas barreras limitantes para nosotros. Desde salir de la casa, subirse a un medio de transporte, bajarse del mismo, y conseguir algún hotel, en caso de viaje, que preste las facilidades que demanda una persona en este estado.

Por otro lado, hay ocasiones en que la depresión y cuestiones psicológicas juegan un papel muy importante en una persona minusválida y esto hace que se niegue a salir de viaje.

Yo creo que si las autoridades respectivas empiezan a contribuir más para facilitar que personas con capacidades especiales puedan viajar y disfrutar de los paisajes bellos del Ecuador, estarían aportando positivamente al desarrollo social del país.

3. RED VIAL DEL ECUADOR

3.1 Mapa de la red vial del Ecuador



3.2 Cuadro de distancias

Distancia Terrestre (Km.)																																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33
1 Aonani	-	209	220	408	40	508	338	290	289	38	440	251	47	511	751	230	89	380	404	231	584	368	331	234	201	138	53	380	401	250	580	238	578
2 Ayoque	209	-	239	492	272	37	380	630	313	252	276	521	376	242	432	219	368	221	409	331	311	402	333	341	520	408	217	549	174	441	472	845	358
3 Babahoyo	220	239	-	522	737	273	130	282	83	121	278	459	257	446	427	401	210	219	281	433	360	246	236	333	280	340	162	584	246	237	581	504	504
4 Bahía	408	492	522	-	446	526	248	282	280	381	523	465	360	636	692	562	371	471	121	429	269	88	572	278	340	464	664	594	338	237	548	581	719
5 Balao	40	272	237	446	-	839	333	437	289	118	441	291	87	514	524	381	139	383	444	271	385	403	81	254	131	176	55	402	401	246	146	474	574
6 Cuenca	508	37	276	535	359	-	287	467	252	285	242	537	333	265	335	221	429	189	445	537	344	444	270	378	567	441	154	689	471	463	605	682	283
7 Duche	338	281	131	348	128	287	-	428	47	251	551	468	319	463	449	479	348	238	157	469	133	152	336	136	323	373	286	617	185	348	476	471	529
8 Esmeraldas	380	630	382	382	430	637	423	-	472	469	670	433	343	432	675	620	281	638	442	470	539	607	491	269	168	318	442	322	185	487	638	686	
9 Guayaquil	289	213	83	286	259	256	67	472	-	204	253	535	335	475	432	402	385	18	196	175	37	184	349	163	371	420	232	684	715	237	638	481	
10 Guaranda	89	232	121	381	118	289	297	469	234	-	389	359	146	404	684	351	190	219	450	338	307	170	234	410	233	61	479	367	333	261	470	583	
11 Hualqui	442	376	279	533	445	242	330	635	253	395	-	691	485	333	186	475	541	73	449	670	225	447	536	361	670	576	682	476	465	581	638	287	
12 Ibarra	251	520	485	465	257	337	468	433	524	386	583	-	204	762	862	875	152	453	568	33	832	476	331	352	279	173	203	129	681	248	271	125	628
13 Latacunga	47	116	267	365	87	333	373	343	335	146	469	234	-	358	742	275	52	420	751	134	432	132	148	177	241	89	94	233	438	148	271	326	422
14 Loja	311	242	446	668	514	238	463	632	418	484	270	762	568	-	186	428	210	233	671	742	572	628	578	542	732	647	498	681	376	647	687	54	
15 Macará	351	432	427	662	754	336	449	619	432	684	190	362	746	760	-	624	608	222	336	632	489	384	739	630	716	817	648	104	681	634	746	107	254
16 Macas	230	319	421	642	381	237	470	620	432	330	473	479	271	478	626	-	529	458	623	408	338	628	120	454	322	386	243	638	595	431	338	604	138
17 Manabí	94	348	313	313	134	419	348	291	381	158	541	152	32	470	686	325	-	491	303	132	485	528	230	230	191	37	165	261	546	158	275	277	474
18 Marcha	382	225	275	471	281	188	238	628	181	327	73	433	438	235	222	470	481	-	381	613	288	385	444	310	538	518	328	762	324	423	523	716	238
19 Manta	608	439	281	1220	444	448	161	442	386	432	449	533	333	571	586	429	380	367	-	480	281	36	339	179	142	280	459	234	220	217	384	433	678
20 Otavalo	231	388	435	425	277	537	468	412	312	330	675	27	184	742	382	488	132	633	481	-	672	431	330	232	274	86	363	146	648	238	281	146	636
21 Puyo	380	310	189	384	381	247	121	538	37	301	380	632	433	572	489	628	480	288	281	472	-	278	444	363	408	517	133	761	330	375	632	717	578
22 Portoviejo	368	407	249	38	470	444	193	407	194	367	447	438	323	694	584	426	524	383	38	480	278	-	435	142	307	333	467	388	323	222	548	646	671
23 Puyo	511	333	284	511	37	175	284	407	349	178	706	333	746	578	578	528	230	444	670	330	444	476	-	323	381	237	716	479	522	336	79	476	433
24 Quevedo	224	341	103	278	264	276	178	389	151	224	381	152	177	543	531	454	201	570	178	332	361	142	321	-	188	237	276	401	333	194	404	471	627
25 Quitumbe	286	531	282	282	131	567	528	136	132	413	170	333	243	732	719	631	181	538	342	312	463	337	381	384	-	239	342	462	122	85	187	458	796
26 Quito	136	468	534	382	376	442	275	318	422	238	139	118	88	547	537	386	27	336	280	85	317	336	217	237	278	-	188	244	542	153	586	240	791
27 Babahoyo	12	217	182	664	85	234	230	442	233	31	390	303	88	433	645	245	197	339	456	280	338	427	176	276	342	188	-	432	388	251	195	428	123
28 Manabí	380	449	584	584	431	688	617	562	664	476	612	128	881	589	638	341	762	634	546	747	688	478	461	461	244	432	-	792	277	406	4	563	
29 Salinas	451	376	246	338	401	471	181	622	153	167	476	685	489	638	585	546	354	226	685	122	222	172	332	322	146	339	731	-	437	591	811	642	
30 Sta. Bonifaz	238	445	232	237	245	462	246	191	287	338	461	248	158	547	624	426	136	423	257	228	621	222	336	184	86	133	237	375	437	-	142	375	291
31 Tena	180	412	371	548	742	649	478	497	428	288	385	271	221	599	768	236	270	527	584	237	523	640	79	434	337	185	191	438	337	312	-	286	634
32 Tulcan	176	440	380	387	478	682	612	538	580	475	212	122	524	847	107	624	277	756	638	140	791	631	471	477	468	240	428	8	870	372	388	-	367
33 Zamora	178	336	524	759	136	380	178	638	48	538	237	631	442	54	254	345	674	289	676	636	576	672	403	607	798	719	523	903	642	713	134	361	-

INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR DEL ECUADOR AUTORIZACIÓN N° IGM-2006-05-011 DEL 8 DE MAYO DEL 2006 REGISTRO N° 3058

COMPLADO POR EL INSTITUTO GEOGRÁFICO MILITAR
 EN BASE AL MAPA FÍSICO DEL ECUADOR ESCALA 1:100.000
 APROBADO POR EL MINISTERIO DE RELACIONES EXTERIORES Y
 DIRECTORIO DE LA CELA EN EL AÑO DE 1989

ESCALA 1: 2'000.000

LEY DE LA CARTOGRAFÍA NACIONAL

Art. 2. - El Instituto Geográfico Militar garantiza toda actividad cartográfica, referida a la elaboración de mapas y actualizaciones de cartografía de territorio nacional.

En cumplimiento de los acuerdos del 26 de Octubre de 1988, el Plano de un proyecto privado al Ecuador un área de un territorio cuadrado en el sector censado por el Ecuador como 170042A. Copias coordenadas son:

UTM Zona 17: GEOGRÁFICAS

Datum Horizontal WGS84

1 (961580 N - 804540 E) 09°27'53.617" S - 79°15'53.273" W
 2 (961680 N - 805540 E) 09°27'53.523" S - 79°15'50.807" W
 3 (961780 N - 806540 E) 09°28'26.054" S - 79°15'50.800" W
 4 (961880 N - 807540 E) 09°28'26.140" S - 79°15'53.180" W

FUE
 1988 Nueva Pta
 IGM/ Ecuador
 Ministerio de R. E.
 Cita electrónica

4. FINANCIERO

4.1 Cuadro de pasajeros mensual para meses de temporada

Ejemplo para mes de temporada para las rutas (Diciembre, enero, febrero y marzo)

											playas/sta manta		
SEMANA 1	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL VUELTAS			
Pax	6	6	6	9	9	9	45	180	90	270			
Pax Minusv	0	0	0	0	0	1	0	3	2	5			
											TOTAL PAX	1080	
SEMANA 2	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL	TOTAL PAX MINUSV	10	
Pax	6	6	6	9	9	9	45	180	90	270			
Pax Minusv	0	0	0	0	0	1	0	3	2	5	TOTAL PAX	720	
											TOTAL PAX MINUSV	6	
SEMANA 3	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL	TOTAL PAX MANTA	360	MANTA
Pax	6	6	6	9	9	9	45	180	90	270	TOTAL PAX MINUSV	4	
Pax Minusv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			
SEMANA 4	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL			
Pax	6	6	6	9	9	9	45	180	90	270			
Pax Minusv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0			

4.2 Cuadro de pasajeros mensual para meses fuera de temporada

Ejemplo para mes fuera de temporada para todas las rutas (abril, mayo, junio, septiembre)

SEMANA 1	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL
Pax	4	4	4	7	7	7	33	132	66	198
Pax Minusv	0	0	0	0	1	0	1	0	0	1

SEMANA 2	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL
Pax	4	4	4	7	7	7	33	132	66	198
Pax Minusv	0	0	0	0	0	1	1	0	2	2

SEMANA 3	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL
Pax	4	4	4	7	7	7	33	132	66	198
Pax Minusv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

SEMANA 4	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL
Pax	4	4	4	7	7	7	33	132	66	198
Pax Minusv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

TOTAL PAX	792
TOTAL PAX MINUSV	3

TOTAL PAX	528
TOTAL PAX MINUSV	1

TOTAL PAX MANTA	264
TOTAL PAX MINUSV	2

4.3 Cuadro de pasajeros mensual para meses fuera de temporada pero con feriado

Ejemplo para mes que tenga feriado y fuera de temporada para todas las rutas (julio, agosto, octubre, noviembre)

SEMANA 1	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL
Pax	4	4	4	7	7	7	33	132	66	198
Pax Minusv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

SEMANA 2	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL
Pax	4	4	4	9	9	9	39	156	78	234
Pax Minusv	0	0	0	0	1	0	1	3	2	5

SEMANA 3	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL
Pax	4	4	4	7	7	7	33	132	66	198
Pax Minusv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

SEMANA 4	Lunes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado	Domingo	TOTAL OCUP	X 4 VUELT	X 2 VUELT	TOTAL
Pax	4	4	4	7	7	7	33	132	66	198
Pax Minusv	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

TOTAL PAX	828
TOTAL PAX MINUSV	5

TOTAL PAX	552
TOTAL PAX MINUSV	3

TOTAL PAX MANTA	276
TOTAL PAX MINUSV	2

4.4 Modificaciones de ingresos para análisis de sensibilidad

c						
PRODUCTO	PESIMISTA		CASO BASE		OPTIMISTA	
	PRECIO UNITARIO	CANT ANUAL	PRECIO UNITARIO	CANT ANUAL	PRECIO UNITARIO	CANT ANUAL
GYE-SALINAS						
PAX	\$ 9,00	6624	\$ 9,00	7200	\$ 9,00	7632
PAX MINUSV	\$ 6,00	40	\$ 6,00	40	\$ 6,00	40
ENCOMIENDAS	\$ 2,80	14400	\$ 2,80	17280	\$ 2,80	20160
GYE-PLAYAS						
PAX	\$ 9,00	6624	\$ 9,00	7200	\$ 9,00	7632
PAX MINUSV	\$ 6,00	40	\$ 6,00	40	\$ 6,00	40
ENCOMIENDAS	\$ 2,80	11520	\$ 2,80	14400	\$ 2,80	17280
GYE-MANTA						
PAX	\$ 9,00	3312	\$ 9,00	3600	\$ 9,00	3816
PAX MINUSV	\$ 6,00	32	\$ 6,00	32	\$ 6,00	32
ENCOMIENDAS	\$ 2,80	20160	\$ 2,80	23040	\$ 2,80	25920

4.5 Modificaciones de costos para análisis de sensibilidad

COSTOS			
	PESIMISTA	CASO BASE	OPTIMISTA
COSTOS FIJOS			
SUELDOS CHOFERES	\$ 36.960,60	\$ 34.566,96	\$ 29.779,68
GARAJE	\$ 1.500,00	\$ 1.200,00	\$ 1.080,00
COSTOS VARIABLES			
COMBUSTIBLE	\$ 9.600,00	\$ 8.820,00	\$ 8.160,00
MANTENIMIENTO	\$ 8.076,66	\$ 8.076,66	\$ 8.076,66
PEAJE	\$ 864,00	\$ 864,00	\$ 864,00
BEBIDAS PASAJERO	\$ 5.001,60	\$ 5.433,60	\$ 5.757,60