



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y

ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TRABAJO DE GRADO

TEMA:

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA OPERADORA DE TURISMO EN EL CANTÓN
HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO”**

AUTOR:

Ordinola Preciado Juan Carlos

DIRECTOR (E):

Msc. Marlon Pineda

Ibarra, Junio 2017

Resumen Ejecutivo

Es importante desarrollar el Estudio de Diagnóstico para conocer y evaluar el sector donde va a funcionar la Operadora de Turismo, determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos que pueden afectar o influir en el proyecto; además de determinar las fuentes bibliográficas científicas que ayudo al investigador conocer la metodología a ser utilizada para elaborar el trabajo de grado. Por otro lado en el Estudio de Mercado utilizamos herramientas de investigación que nos ayudó a conocer el mercado donde va a interactuar el producto o servicio, su competencia, precios y estrategias, además identificar la demanda insatisfecha que el proyecto puede satisfacer. Posteriormente se procedió a realizar un estudio técnico para establecer la macro y micro localización del proyecto, capacidad instalada entre otros aspectos importantes a considerar dentro de la ingeniería del proyecto seguido de un estudio económico y financiero que sirve para la evaluación del proyecto, donde se define la viabilidad del mismo, mediante indicadores financieros como el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno además de otros evaluadores financieros de importancia. Para continuar con la organización administrativa de la empresa, como su filosofía empresarial y un manual de funciones para un mejor desarrollo de las actividades. Finalmente, se realiza un análisis de todos los impactos sociales, económicos y ambientales que surgen de la implementación del proyecto. Con la estructura que se da a conocer y con los pasos aplicados eficientemente en la elaboración de este estudio, se demuestra la factibilidad para la creación de un hotel boutique y se justifica el desarrollo de este proyecto.

Summary

It is important to develop the Diagnostic Study to learn and evaluate the sector where going to work the Tourism Operator, determine allies, opponents, opportunities and risks that may affect or influence the Project; In addition to identify sources of scientific bibliographies that helped the researcher know the methodology to be used to develop the work of degree. On the other hand in the Market Survey We use research tools that helped us to know the market where you will interact with the product or service, your competition, prices and strategies, as well as identify the unmet demand that the project can meet. Subsequently proceeded to undertake a technical study to establish the macro and micro location of the project, installed capacity among other important aspects to consider within the engineering of the project followed by an economic and financial study that serves for the evaluation of the project, which defines the viability of same, through financial indicators such as Net Present Value, Internal Rate of Return in addition to other evaluators and financial importance. To continue with the administrative organization of the company, such as your business philosophy and a manual of functions for a better development of the activities. Finally, an analysis of all the social, economic and environmental impacts arising from the implementation of the project. With the structure that is being released and with the steps applied efficiently in the preparation of this study demonstrates the feasibility study for the creation of a boutique hotel and is justified the development of this project.

Autoría

Yo, Juan Carlos Ordinola Preciado, portador de la cédula de ciudadanía 070522751-0, declaro bajo juramento que el trabajo desarrollado es de mi autoría: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO", que no ha sido presentado para ningún grado, ni calificación profesional; en los contenidos tomados de diferentes fuentes de consulta, se ha hecho constar sus respectivas citas bibliográficas.



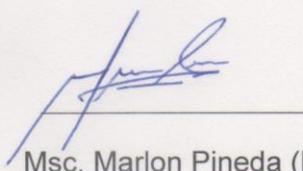
Juan Carlos Ordinola Preciado
C.C. 070522751-0

Certificación

En mi calidad de Director del Trabajo de Grado, presentado por el egresado Juan Carlos Ordinola Preciado, para optar por el Título de INGENIERO COMERCIAL, cuyo tema es: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO"

Considero que el presente trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal examinador que se designe.

En la ciudad de Ibarra, a los 02 días del mes de Junio del 2017.



Msc. Marlon Pineda (E)

C.C.:

Cesión de derechos de autor del Trabajo de Grado a favor de la Universidad Técnica del Norte

Yo, Juan Carlos Ordinola Preciado, con cédula de ciudadanía Nro. 070522751-0, manifiesto mi voluntad de ceder a la Universidad Técnica del Norte los derechos patrimoniales consagrados en la Ley de Propiedad Intelectual del Ecuador, artículos 4, 5 y 6, en calidad de autora del trabajo de grado denominado: "ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO", que ha sido desarrollado para optar por el título de INGENIER COMERCIAL, en la Universidad Técnica del Norte, quedando la Universidad facultada para ejercer plenamente los derechos cedidos anteriormente.

En mi condición de autor me reservo los derechos morales de la obra antes citada. En concordancia suscribo este documento en el momento que hago entrega del trabajo final en formato impreso y digital a la Biblioteca de la Universidad Técnica del Norte.

Ibarra, a los 02 días del mes de Junio del 2017.



Juan Carlos Ordinola Preciado
C.C. 070522751-0

Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte

1. Identificación de la obra

La Universidad Técnica del Norte dentro del proyecto Repositorio Digital Institucional, determinó la necesidad de disponer de textos completos en formato digital con la finalidad de apoyar los procesos de investigación, docencia y extensión de la Universidad.

Por medio del presente documento dejo sentada mi voluntad de participar en este proyecto, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
Cédula de identidad:	070522751-0		
Apellidos y nombres:	Juan Carlos Ordinola Preciado		
Dirección:	Alfredo Gómez Jaime 5-46		
Email:	ordinolajc@gmail.com / jcordinola@hotmail.com		
Teléfono fijo:	2 604-856	Teléfono móvil:	0982328974
Datos de la obra			
Título:	"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO"		
Autor:	Juan Carlos Ordinola Preciado		
Fecha:	2017-06-02		
Solo para trabajos de grado			
Programa:	<input checked="" type="checkbox"/> pregrado <input type="checkbox"/> postgrado		
Título por el que opta:	Ingeniero Comercial		
Asesor /director (E):	Msc. Marlon Pineda		

2. Autorización de uso a favor de la universidad

Yo, Juan Carlos Ordinola Preciado, con cédula de ciudadanía Nro. 070522751-0, en calidad de autor y titular de los derechos patrimoniales de la obra o trabajo de grado descrito anteriormente, hago entrega del ejemplar respectivo en formato digital y autorizo a la Universidad Técnica del Norte, la publicación de la obra en el Repositorio Digital Institucional y uso del archivo digital en la Biblioteca de la Universidad con fines académicos, para ampliar la disponibilidad del material y como apoyo a la educación, investigación y extensión; en concordancia con la Ley de Educación Superior Art. 144.

3. Constancias

Yo como autor manifiesto que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto la obra es original y que soy el titular de los derechos patrimoniales, por lo que asumo la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldré en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 02.días del mes de Junio del 2017.

El Autor:



Juan Carlos Ordinola Preciado

C.C.: 070522751-0

Facultado por resolución de Consejo Universitario.

Dedicatoria

El presente trabajo va dedicado primeramente para mis padres Adela y Pedro por haber creído y confiado en mí, además de ser un apoyo incondicional en todo momento impulsándome a lograr el objetivo planteado.

Así como a mi esposa, mi hija y a toda mi familia que ha estado apoyándome tanto moral como económicamente en los momentos más difíciles que he vivido en el transcurso de este camino, y que a pesar de la distancia estuvieron en todo momento guiándome por el camino correcto.

Juan Carlos

Agradecimiento

Quiero expresar mi más sinceros agradecimientos a mi querido Dios que me ha permitido llegar a estas instancias de mi carrera profesional, a mis padres, mis abuelos Felicita y Martin (+), esposa, hija, hermanos, y demás familiares que me brindaron todo su apoyo incondicional durante esta etapa de mi vida.

Agradezco a mi asesor de tesis quien me colaboró en el proceso de construcción de este trabajo y me supo comprender por mi situación laboral que estoy atravesando en la cual pudo adaptarlo a mi horario para poder hacer un trabajo de excelencia.

De igual manera a todos los catedráticos que compartieron sus conocimientos y experiencias en todo el proceso académico de mi formación profesional.

Juan Carlos

Índice General

Resumen Ejecutivo	ii
Summary	iii
Autoría.....	iv
Certificación	v
Cesión de derechos de autor del Trabajo de Grado a favor de la Universidad Técnica del Norte	vi
Autorización de uso y publicación a favor de la Universidad Técnica del Norte.....	vi
Dedicatoria	viii
Agradecimiento	x
Índice General	xi
Índice de Tablas	xviii
Índice de Gráficos	xxii
Presentación	xxiii
Justificación.....	xxiv
Objetivos del proyecto.....	xxvi
Objetivo General	xxvi
Objetivos específicos	xxvi
CAPÍTULO I	28
1 Diagnóstico	28
1.1 Antecedentes	28
1.2 Objetivos	29
1.2.1 Objetivo General	29
1.2.2 Objetivos específicos	29
1.3 Variables diagnósticas	30
1.4 Indicadores.....	30
1.4.1 Aspectos legales	30
1.4.2 Aspectos geográficos.....	30
1.4.3 Aspectos socio-económicos.....	31
1.4.4 Potencial turístico.....	31
1.4.5 Políticas públicas.....	31
1.5 Matriz Diagnóstica.....	32
1.6 Desarrollo operativo del diagnóstico	34

1.6.1 Aspectos legales	34
1.6.2 Aspectos geográficos.	35
1.6.3 Aspectos socio-económicos y demográficos.....	37
1.6.4 Potencial turístico.	40
1.6.5 Políticas públicas.....	42
1.7 Mecánica operativa	43
1.8 Técnicas e instrumentos de investigación	47
1.9 Tabulación y análisis de la información:	47
1.9.1 Encuestas dirigidas a la demanda interna y externa del Cantón Huaquillas. ...	47
1.10 Entrevista realizada a las operadoras de turismo que se sitúan en el sector...	66
1.11 Matriz AOOD	70
1.12 Identificación de la oportunidad de inversión.	71
CAPÍTULO II	72
2. Marco Teórico	72
2.1 Estudio de Factibilidad	72
2.1.1 Proyectos de inversión	72
2.1.2 Clasificación de proyectos de inversión	72
2.1.3 Etapas de los proyectos de inversión	73
2.2 Canales de distribución en Turismo	74
2.2.1 Definición	74
2.2.2 Importancia	74
2.2.3 Tipos de agencias	74
2.2.4 Turismo receptivo.....	75
2.3 Servicios Turísticos	75
2.3.1 Definición	75
2.3.2 Tipos de servicios turísticos	75
2.3.3 Importancia	76
2.4 Ecoturismo	76
2.4.1 Ventajas y desventajas del ecoturismo	76
2.4.2 Impactos del ecoturismo	77
2.5 Estudio de Mercado	77
2.5.1 Concepto.....	77
2.5.2 Mercado	77
2.5.3 Componentes	78

2.6 Estudio Técnico.....	80
2.6.1 Concepto.....	80
2.6.2 Tamaño del proyecto.....	81
2.6.3 Localización	81
2.6.4 Macro localización.....	81
2.6.5 Micro localización	82
2.6.6 Ingeniería del proyecto.....	82
2.7 Estudio Organizacional	82
2.7.1 Concepto.....	82
2.7.2 Misión.....	83
2.7.3 Visión	83
2.7.4 Valores empresariales.....	83
2.8 Estudio Financiero.....	84
2.8.1 Concepto.....	84
2.8.2 Estructura de la inversión.....	84
2.8.3 Financiamiento	85
2.8.4 VAN.....	85
2.8.5 TIR	86
2.8.6 Costo-Beneficio	86
2.8.7 Periodo de recuperación de la inversión	87
CAPÍTULO III	88
3. Estudio de Mercado	88
3.1. Objetivo del Estudio de Mercado.....	89
3.1.2 Objetivo General.	89
3.1.3 Objetivos Específicos.	89
3.2 Variables de estudio.....	89
3.2.1 Indicadores de las variables	90
3.2.2 Matriz Estudio de Mercado.....	92
3.3 Identificación del servicio	94
3.3.1 Mercado meta	95
3.4 Demanda.....	95
3.4.1 Análisis demanda	95
3.4.2 Demanda actual	96
3.4.3 Proyección de la demanda.....	97

3.5 Oferta	98
3.5.1 Análisis oferta.....	99
3.5.2 Oferta actual.....	99
3.5.3 Proyección de la oferta.....	100
3.6 Demanda insatisfecha.....	101
3.7 Demanda a captar por el proyecto	102
3.8 Precios	102
3.8.1 Proyección de precios	103
3.9 Comercialización.....	105
CAPITULO IV.....	107
4. Estudio Técnico.....	107
4.1 Objetivos	107
4.1.1 Objetivo general	107
4.1.2 Objetivos específicos	107
4.2 Localización	108
4.2.1 Macro localización.....	108
4.2.2 Micro localización.....	109
4.3 Ingeniería del proyecto.....	110
4.3.1 Distribución de las instalaciones	111
4.4 Tamaño del proyecto.....	112
4.4.1 Disponibilidad de materia prima	112
4.4.2 Disponibilidad de mano de obra	112
4.4.3 Disponibilidad de vías de acceso	113
4.4.4 Disponibilidad de financiamiento	113
4.5 Capacidad instalada.....	113
4.6 Diseño del proceso operativo	114
4.6.1 Simbología	115
4.7 Requerimiento de equipos	119
4.7.1 Activos Fijos	119
4.7.2 Resumen de activos fijos	121
4.8 Determinación materia prima directa.....	122
4.9 Determinación de mano de obra	123
4.10 Determinación de los CIF.....	124
4.11 Determinación Gastos Administrativos.....	125

4.12 Determinación Gastos de Ventas.....	127
4.13 Determinación de Gastos de constitución	127
4.14 Capital de trabajo	127
4.15 Inversión total	128
4.16 Financiamiento	128
Capítulo V	129
5. Estudio Financiero.....	129
5.1 Ingresos	129
5.1.1 Cantidad de ventas	129
5.1.2 Precio de venta	129
5.1.3 Ingresos proyectados	132
5.2 Egresos	133
5.2.1 Costos de producción.....	133
5.2.2 Resumen de costos de producción proyectados.....	137
5.2.3 Gastos administrativos	138
5.2.4 Resumen gastos administrativos proyectados	140
5.2.5 Gastos de ventas	140
5.2.6 Resumen gastos de ventas proyectados	141
5.2.7 Gastos depreciación y amortización.....	142
5.2.8 Gastos financieros.....	143
5.2.9 Resumen egresos proyectados.....	143
5.3 Balances	144
5.3.1 Estado de situación financiera	144
5.3.2 Estado de resultados proyectado	145
5.3.3 Flujo de caja proyectado	146
5.4 Evaluación Financiera	147
5.4.1 Costo de oportunidad	147
5.4.2 Tasa de rendimiento medio TRM	147
5.4.3 Valor actual neto VAN	148
5.4.4 Tasa interna de retorno TIR	150
5.4.5 Beneficio costo.....	150
5.4.6 Tasa de rendimiento beneficio costo TRBC	151
5.4.7 Periodo de recuperación de la inversión	152
5.4.8 Punto de equilibrio.....	152

5.5 Resumen de la evaluación financiera.....	154
Capítulo VI	155
6. Estudio Organizacional	155
6.1 Nombre o razón social	155
6.2 Base filosófica	155
6.2.1 Misión.....	155
6.2.2 Visión	156
6.2.3 Objetivos	156
6.2.4 Políticas.....	156
6.2.5 Valores	156
6.3 Estructura organizacional.....	157
.....	157
6.4 Estructura funcional.....	158
6.5 Base legal	162
6.5.1 Registro de la actividad turística (Ministerio de Turismo)	162
6.5.2 Registro transporte fluvial de turismo (Ministerio de Turismo)	162
6.5.3 Patente anual de operación turística	163
6.5.4 Licencia única de funcionamiento Ministerio de Turismo	163
6.5.5 Licencia anual de funcionamiento Municipio	164
6.5.6 Permiso uso de suelo.....	164
6.5.7 Permiso de funcionamiento	165
6.5.8 Patente municipal.....	165
6.5.9 Registro único de contribuyentes	165
Capítulo VII	166
7. Impactos.....	166
7.1 Análisis de impactos.....	166
7.2 Impacto económico	167
7.3 Impacto ambiental	168
7.4 Impacto social	169
7.5 Impacto cultural	170
7.6 Impacto general.....	171
Conclusiones.....	172
Recomendaciones.....	173
Bibliografía	174

Anexo 1	177
Anexo 2	181
Anexo 3	183

Índice de Tablas

Tabla 1 Matriz Diagnóstica.....	32
Tabla 2 Población Económicamente Activa Huaquillas.....	38
Tabla 3 Tasa de asistencia por nivel de educación Huaquillas	39
Tabla 4 Flora existente en Huaquillas	40
Tabla 5 Fauna existente en Huaquillas	41
Tabla 6 Rutas y senderos	42
Tabla 7 Estructura de la población Huaquillas	44
Tabla 8 Demanda interna.....	45
Tabla 9 Demanda externa.....	46
Tabla 10 Población Universo	46
Tabla 11 Edad.....	48
Tabla 12 Género	49
Tabla 13 Nacionalidad.....	50
Tabla 14 Gusto en viajar	51
Tabla 15 Compañía en viajes.....	52
Tabla 16 Frecuencia.....	53
Tabla 17 Contratación de una Operadora de Turismo	54
Tabla 18 Buen trato.....	55
Tabla 19 Atractivos turísticos	56
Tabla 20 Preferencia de lugares	57
Tabla 21 Aceptación Operadora de Turismo.....	58
Tabla 22 Servicio puerta a puerta	59
Tabla 23 Servicios adicionales.....	60
Tabla 24 Ruta turística	61
Tabla 25 Días de servicio.....	62
Tabla 26 Preferencia descuentos.....	63
Tabla 27 Precio	64
Tabla 28 Medio de comunicación.....	65
Tabla 29 Matriz AOOD	70
Tabla 30 Matriz Estudio de Mercado.....	92
Tabla 31 Análisis de la Demanda.....	96
Tabla 32 Aceptación Operadora Turismo.....	96

Tabla 33 Demanda actual	96
Tabla 34 Población Universo	97
Tabla 35 Proyección Demanda.....	98
Tabla 36 Oferta actual.....	99
Tabla 37 Proyección Oferta.....	101
Tabla 38 Demanda insatisfecha	101
Tabla 39 Demanda a captar	102
Tabla 40 Precios competencia	102
Tabla 41 Precio promedio	103
Tabla 42 Inflación 2016	103
Tabla 43 Proyección Precio Full Day	104
Tabla 44 Proyección Precio Full Day Educativo.....	104
Tabla 45 Proyección Precio 2 Días 1 Noche.....	105
Tabla 46 Distribución de las instalaciones	111
Tabla 47 Número de feriados.....	114
Tabla 48 Capacidad instalada.....	114
Tabla 49 Simbología	115
Tabla 50 Edificio.....	119
Tabla 51 Muebles y Enseres.....	120
Tabla 52 Equipo de cómputo	120
Tabla 53 Vehículos.....	121
Tabla 54 Equipo de oficina.....	121
Tabla 55 Resumen activos fijos	121
Tabla 56 Materia prima Full Day	122
Tabla 57 Materia prima Full Day Educativo.....	122
Tabla 58 Materia prima 2 Días 1 Noche.....	122
Tabla 59 Determinación Materia Prima	123
Tabla 60 Determinación Mano de obra	123
Tabla 61 Mano de obra directa	124
Tabla 62 Nómina mano de obra.....	124
Tabla 63 Determinación Costos indirectos de fabricación.....	125
Tabla 64 Determinación Gastos Administrativos.....	125
Tabla 65 Nómina administrativa	126
Tabla 66 Servicios básicos.....	126

Tabla 67 Útiles de oficina	126
Tabla 68 Determinación Gastos de Ventas	127
Tabla 69 Determinación Gastos de constitución	127
Tabla 70 Capital de trabajo	128
Tabla 71 Inversión total	128
Tabla 72 Financiamiento	128
Tabla 73 Cantidad de ventas	129
Tabla 74 Precio de venta Full Day	130
Tabla 75 Precio de venta Full Day Educativo.....	130
Tabla 76 Precio de venta 2 Días 1 Noche.....	131
Tabla 77 Precio de venta proyectado.....	132
Tabla 78 Ingresos proyectados	132
Tabla 79 Costo materia prima Full Day	133
Tabla 80 Costo materia prima Full Day Educativo	134
Tabla 81 Costo materia prima 2 Días 1 Noche	134
Tabla 82 Costo materia prima proyectada	134
Tabla 83 Tasa de incremento salarial	135
Tabla 84 Proyección sueldo Guía turístico.....	135
Tabla 85 Proyección sueldo Chofer bote	136
Tabla 86 Costos indirectos de fabricación Full Day	136
Tabla 87 Costos indirectos de fabricación Full Day Educativo.....	137
Tabla 88 Costos indirectos de fabricación 2 Días 1 Noche	137
Tabla 89 Costos indirectos de fabricación proyectados	137
Tabla 90 Resumen costos indirectos de fabricación.....	138
Tabla 91 Gasto sueldo personal administrativo proyectado.....	138
Tabla 92 Gastos servicios básicos proyectados	139
Tabla 93 Gasto útiles de oficina proyectado	139
Tabla 94 Gasto servicios profesionales proyectado.....	140
Tabla 95 Resumen gastos administrativos proyectado.....	140
Tabla 96 Gasto publicidad proyectado	141
Tabla 97 Resumen gastos de venta proyectados	141
Tabla 98 Depreciación activos fijos.....	142
Tabla 99 Gastos depreciación activos fijos anual	142
Tabla 100 Amortización activos diferidos	143

Tabla 101 Amortización préstamo anual	143
Tabla 102 Gastos financieros anual	143
Tabla 103 Resumen egresos proyectados	144
Tabla 104 Estado de situación financiera	144
Tabla 105 Estado de Resultados proyectado	146
Tabla 106 Estado Flujo de Caja proyectado	147
Tabla 107 Costo de oportunidad	147
Tabla 108 Valor actual neto tasa inferior	149
Tabla 109 Valor actual neto tasa superior	149
Tabla 110 Tasa interna de retorno TIR	150
Tabla 111 Beneficio Costo	151
Tabla 112 Periodo de recuperación de la inversión	152
Tabla 113 Punto de equilibrio en dólares	153
Tabla 114 Punto de equilibrio en unidades	153
Tabla 115 Manual de funciones Gerente General	158
Tabla 116 Manual de funciones Secretaria Contable	159
Tabla 117 Manual de funciones Chofer	160
Tabla 118 Manual de funciones Guía turístico	161
Tabla 119 Matriz valoración impactos	166
Tabla 120 Impacto económico	167
Tabla 121 Impacto ambiental	168
Tabla 122 Impacto social	169
Tabla 123 Impacto cultural	170
Tabla 124 Impacto general	171

Índice de Gráficos

Gráfico 1 Edad	48
Gráfico 2 Género.....	49
Gráfico 3 Nacionalidad.....	50
Gráfico 4 Gusto en viajar.....	51
Gráfico 5 Compañía en viajes	52
Gráfico 6 Frecuencia.....	53
Gráfico 7 Contratación de una Operada de Turismo.....	54
Gráfico 8 Buen trato	55
Gráfico 9 Atractivos turísticos.....	56
Gráfico 10 Preferencia de lugares.....	57
Gráfico 11 Aceptación Operadora de Turismo	58
Gráfico 12 Servicio puerta a puerta.....	59
Gráfico 13 Servicios adicionales	60
Gráfico 14 Ruta turística.....	61
Gráfico 15 Días de servicio	62
Gráfico 16 Preferencia descuentos	63
Gráfico 17 Precio	64
Gráfico 18 Medio de comunicación	65
Gráfico 19 Mapa Ecuador	108
Gráfico 20 Mapa Cantón Huaquillas.....	109
Gráfico 21 Croquis Satelital.....	110
Gráfico 22 Croquis	110
Gráfico 23 Distribución de la planta	111
Gráfico 24 Flujograma proceso venta	116
Gráfico 25 Flujograma proceso contratación servicio transporte	117
Gráfico 26 Flujograma proceso contratación servicio hospedaje y alimentación ...	118
Gráfico 27 Logotipo y Slogan	155
Gráfico 28 Estructura organizacional	157

Presentación

El presente Trabajo de Grado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA DE TURISMO EN EL CANTÓN HUAQUILLAS, PROVINCIA DE EL ORO” se desarrolla en siete capítulos los cuales son:

El capítulo I, muestra el diagnóstico externo realizado al cantón Huaquillas donde se analizó aspectos legales, ubicación, factores económicos y se realizó la aplicación de encuestas para analizar la demanda y la competencia, logrando por último elaborar la matriz AOOD.

En el capítulo II, Marco Teórico se incluye las bases científicas relacionadas al tema de investigación, para que el investigador conozca las metodologías y conceptos que se van a utilizar.

El capítulo III, Estudio de mercado muestra el análisis de oferta, demanda y precios de los servicios turísticos sirviendo como fuente de referencia para determinar la demanda potencial a satisfacer.

El capítulo IV, Estudio Técnico detalla la macro y micro localización además del requerimiento de materia prima, mano de obra, costos indirectos.

El capítulo V, Estudio Financiero efectúa el cálculo de ingresos y egresos que tendrá la Operadora de Turismo, además de las respectivas evaluaciones financieras que avalan la viabilidad del proyecto.

El capítulo VI, muestra la estructura organizacional y base legal para la puesta en marcha de la empresa.

Por último el capítulo VIII, analiza los impactos que la Operadora de Turismo generará en el sector.

Justificación

La búsqueda de nuevas alternativas para fomentar el turismo dentro de la Provincia de El Oro, responde a El Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017) establece que:

“Objetivo Nro. 10 Impulsar la transformación de la matriz productiva.

Políticas y lineamientos estratégicos:

10.3 Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios

10.3.g. Impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

10.3.h. Posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, y desarrollar un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.”

El proyecto que se propone considera analizar la factibilidad de la creación de una agencia receptiva del turismo en el cantón Huaquillas, provincia de El Oro. Esta provincia se caracteriza por importantes atractivos naturales que no son muy visitados en la actualidad. De esta forma se crearían condiciones para una mejor comercialización del producto turístico de la región, favoreciendo a nacionales y extranjeros que visitan nuestro país y logrando un desarrollo armónico e integral del servicio hotelero, gastronómico, recreativo y de transporte.

La idea de la creación de esta operadora de turismo nace como una alternativa de aprovechar el gran potencial turístico y por ende la gran afluencia de personas

nacionales y extranjeras por ser zona fronteriza debido a la actividad comercial que se genera entre Ecuador y Perú.

Por lo descrito anteriormente se estima analizar si es factible la creación de una operadora de turismo que explote sosteniblemente estos lugares y que sea para beneficio de la comunidad y de los visitantes.

Objetivos del proyecto

Objetivo General

Realizar el estudio de factibilidad para crear una Operadora especializada en el turismo ecológico, en el cantón Huaquillas, provincia de El Oro, a través del análisis de factores internos y externos del sector.

Objetivos específicos

- Realizar el diagnóstico técnico situacional del turismo en el cantón Huaquillas, Provincia de El Oro mediante la recopilación de información con el fin de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.
- Establecer las bases teóricas y científicas que permita sustentar la propuesta a través de la recopilación y análisis de conceptos enfocados con el proyecto.
- Formular el estudio de mercado para obtener datos y analizar a clientes, competidores, mercado al que nos vamos a enfocar mediante el uso de técnicas de investigación.
- Desarrollar el estudio técnico con la finalidad de analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para brindar un servicio de calidad, por medio del análisis de investigaciones realizadas.
- Elaborar el estudio financiero para identificar la viabilidad y rentabilidad del proyecto, mediante el análisis de indicadores e instrumentos financieros.
- Diseñar la estructura organizacional de la Operadora de Turismo, tomando en cuenta el marco legal ecuatoriano con la finalidad de alcanzar las metas fijadas en la planificación.

- Identificar los principales impactos económicos, sociales, culturales, y ecológicos que generará la Operadora de Turismo en el sector, mediante el análisis de factores con el propósito de evaluar la incidencia del proyecto.

CAPÍTULO I

1 Diagnóstico

1.1 Antecedentes

La provincia de El Oro, más conocida por sus numerosos atractivos turísticos reconocidos a nivel nacional e internacional, una tierra de contrastes que promete playas en un extenso archipiélago y remansos de agua dulce, ofrece alternativas turísticas en una geografía que va desde el nivel del mar hasta alturas que sobrepasan los dos mil metros, con una flora y fauna singulares.

Esta provincia cuenta con una de las ciudades más conocidas la ciudad de Machala “La capital bananera del mundo “goza de diversos sitios de esparcimiento y recreación, dignos de ser visitados. Además de este, es necesario mencionar un pequeño cantón ubicado al sur de esta provincia, Huaquillas ciudad fronteriza y principal entrada vía terrestre al Ecuador, considerada como la ciudad que nunca duerme por su intenso movimiento comercial cuenta con atractivos turísticos naturales que aún no han sido plenamente explotados, entre los cuales podemos mencionar visitar las zonas arqueológicas denominadas huacas(montículos o lomas) donde los indios acostumbraban sepultar a sus muertos, junto con sus pertenencias, los cuales se ubican en las zonas de Hualtaco definido como un pintoresco puerto donde se puede disfrutar comida de mariscos y una lancha para salir al Archipiélago de Jambelí, en especial a la isla de Costa Rica, es el Centro Turístico de mayor importancia en la frontera sur-occidental del país, ya sea por ser una zona ecológica importante o por su valor científico en la rama arqueológica.

Otro de los atractivos turísticos es el bosque seco “EL CONCHAL”, una isla artificial de gran dimensión, creada con restos de conchas por habitantes prehispánicos y sobre ella, tolas o huacas ceremoniales, en donde se encuentra un relicto del bosque seco tropical típico de esta zona, con numerosas especies, de flora y aves de diferentes especies, que están en montaña de cascajo de conchas y entre estas se puede encontrar restos arqueológico como vasijas de barro, el cual está ubicado a 15 minutos vía terrestre desde el centro de la ciudad, también se puede tomar una lancha desde Puerto Hualtaco que le toma 30 minutos y podrá admirar el manglar.

Monumento a la Paz, es considerado como uno de los principales símbolos que consolida la paz con el vecino país del Perú, ubicado a la entrada del cantón.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo General

Realizar el diagnóstico técnico situacional del turismo en el cantón Huaquillas, Provincia de El Oro mediante la recopilación de información con el fin de determinar aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del proyecto.

1.2.2 Objetivos específicos

- Conocer los aspectos legales que una Operadora de Turismo debe cumplir para su creación, mediante el análisis de Leyes Vigentes.
- Establecer los aspectos geográficos del Cantón Huaquillas a través de la investigación documental con el fin de conocer el territorio donde la Operadora de Turismo va a brindar sus servicios.

- Identificar los aspectos socio-económicos mediante el análisis de datos estadísticos, para conocer la estabilidad laboral, económica y social que posee la población a la cual va dirigido nuestro proyecto.
- Conocer el potencial turístico que posee el cantón Huaquillas a través de la investigación y observación, con el fin de dar a conocer a los demandantes del turismo los recursos naturales de nuestro cantón.
- Identificar los incentivos gubernamentales direccionados a los emprendimientos del sector turístico, mediante la investigación con el fin aprovecharlos y brindar un servicio de calidad.

1.3 Variables diagnósticas

- Aspectos legales.
- Aspectos geográficos.
- Aspectos socio-económicos
- Potencial turístico.
- Incentivos gubernamentales.

1.4 Indicadores

1.4.1 Aspectos legales

- Normas y reglamentos
- Leyes.
- R.U.C. (Registro Único de Contribuyentes)
- R.U.P. (Registro Único de Proveedores)

1.4.2 Aspectos geográficos.

- Ubicación

- Límites
- Clima
- Superficie

1.4.3 Aspectos socio-económicos.

- P.E.A. (Población Económicamente Activa)
- Nivel de ingresos.
- Educación.

1.4.4 Potencial turístico.

- Comercio fronterizo.
- Flora y fauna.
- Ríos, playas, cascadas, lagunas.
- Bosques y manglares.
- Arqueología.

1.4.5 Políticas públicas.

- Incentivos tributarios.
- Capacitación.
- Ministerio de Turismo.
- Ministerio del Ambiente.

1.5 Matriz Diagnóstica

Tabla 1 Matriz Diagnóstica

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica
Conocer los aspectos legales para la creación de las operadoras turísticas.	Aspectos legales	<ul style="list-style-type: none"> • Ley de compañías. • R.U.C. • R.U.P. • Patente municipal. • Ley de régimen tributario. 	Secundaria	Bibliografía.
Establecer la ubicación geográfica del proyecto	Aspectos geográficos.	<ul style="list-style-type: none"> • Ubicación • Límites • Clima • Superficie 	Secundaria	Bibliográfica

Objetivos	Variables	Indicadores	Fuente	Técnica
Analizar los aspectos socio-económicos y demográficos del área de influencia del proyecto.	Aspectos socio-económicos y demográficos.	<ul style="list-style-type: none"> • P.E.A. • Desarrollo comunitario. • Educación. 	Secundaria	Bibliografía.
Conocer el potencial turístico que posee el cantón Huaquillas.	Potencial turístico.	<ul style="list-style-type: none"> • Comercio fronterizo. • Flora y fauna. • Ríos, playas, cascadas. • Arqueología. 	Primaria	Observación.
Identificar los incentivos gubernamentales direccionados a los emprendimientos del sector turístico.	Políticas públicas.	<ul style="list-style-type: none"> • Incentivos tributarios. • Capacitación. • Ministerio de Turismo. 	Secundaria	Bibliografía.

1.6 Desarrollo operativo del diagnóstico

1.6.1 Aspectos legales

Ley de compañías.

Para iniciar en un emprendimiento ya sea productivo o prestación de servicios es necesario tener conocimiento de la ley que se aplica en el campo que va a accionar.

Sin embargo cabe indicar que las personas que deseen emprender en actividades productivas o de servicios pueden hacerlo de forma individual o en sociedad, pero si lo hace en sociedad debe tener muy en cuenta la ley compañías.

R.U.C.

El registro Único de contribuyente es un documento legal que es emitido por el servicio de rentas internas a las personas naturales o jurídicas que realicen actividades económicas en el Ecuador ya sea de manera permanente u ocasional y se lo obtiene cumpliendo algunos requisitos obligatorios, además sirve para registrar toda la información tributaria respecto al negocio.

R.U.P.

El R.U.P. (Registro único de proveedores) es un registro público que permite a personas naturales o jurídicas que realicen actividades económicas ofrecer productos o servicios a instituciones del estado por medio de un portal electrónico.

Patente municipal.

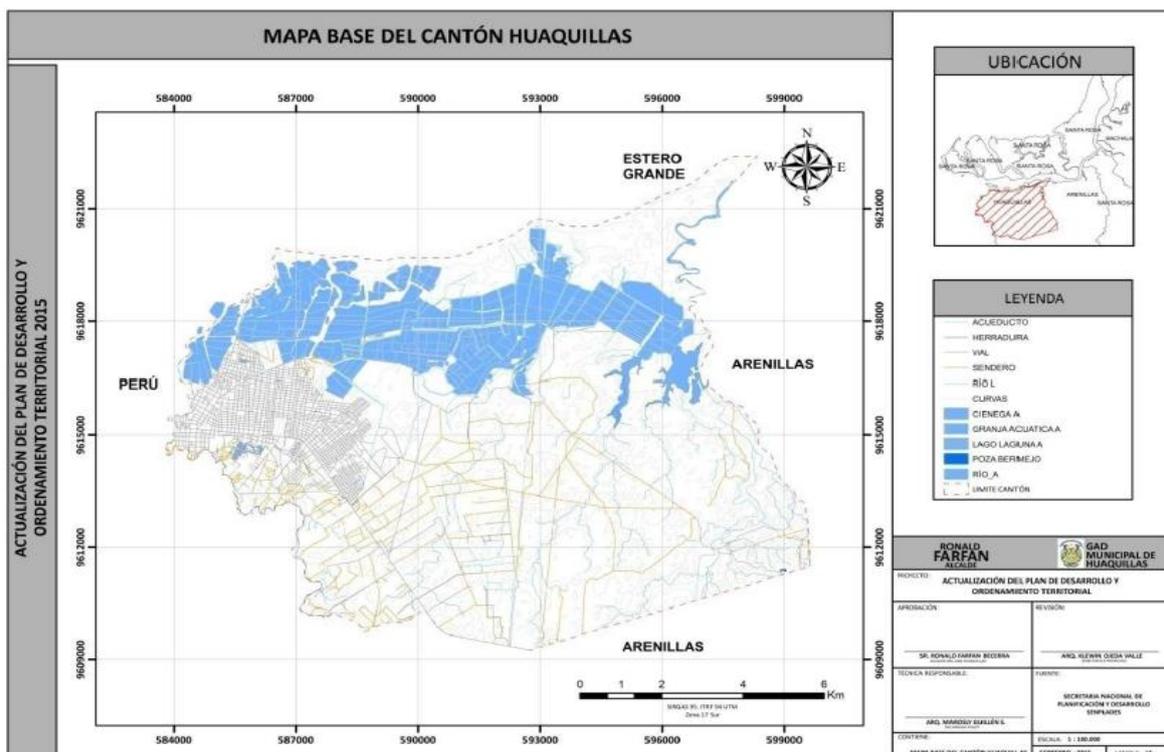
La patente es un documento legal que permite registrar la creación de un nuevo producto o servicio en el mercado, es emitido por el servicio de rentas internas el cual tiene un valor a pagar anual.

Ley de régimen tributario interno.

Es la normativa que rige a todas las empresas que realizan actividades comerciales o prestan servicios, las cuales deben cumplir con las obligaciones tributarias impuestas por el gobierno Ecuatoriano.

1.6.2 Aspectos geográficos.

Ubicación



Fuente: PDYOT Huaquillas
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

El Cantón Huaquillas es una ciudad de la región costa del país, llamada así por su gran cantidad de huacas (osamentas) que cubren la gran cantidad del sector.

Además es la principal entrada vía terrestre al Ecuador y es la cuarta ciudad con mayor número de habitantes de la provincia, es decir con 48.285 habitantes exactamente según el censo del año 2010; cuenta con 5 parroquias las cuales son:

- Hualtaco.
- Ecuador.
- Unión lojana.
- Milton reyes.
- El paraíso.

Límites

Desde el momento en que los pobladores de Huaquillas luchaban por la parroquialización se establecieron los siguientes límites:

- **Norte:** desde el punto que limita de derecho con el Perú llega al mar, la línea de costa hasta la boca del Estero Hualtaco, en la latitud aproximada de 3°26'00"S.; De allí la línea imaginaria hacia el Este que pasa entre la costa y las islas Pollos, Robalo, La burra, Chalaquera, Bartola Chica, Bartola y su extensión hasta alcanzar la desembocadura del Estero Cayancas Grande; al
- **Este:** De esta desembocadura del estero Cayancas grande, aguas arriba hasta el punto en que se inicia los actuales límites con la parroquia Chacras; al
- **Sur:** el actual límite de la parroquia Chacras, hasta un punto del Canal de Zarumilla, de coordenadas 3°29'59"sur, 80°13'33" sur, este canal hasta el punto de coordenadas 3°30'00" Sur, 80°14'15" Oeste; de este punto al límite derecho con el Perú.
- **Oeste:** El mencionado límite de derecho hasta el mar.

Clima

Huaquillas, por estar ubicada en una zona tropical intensa presenta un clima tropical megatérmico semiárido. Las temperaturas medias anuales son de aproximadamente de 24°, las máximas rara vez superan los 32°C y las mínimas son de 16°C. Las

precipitaciones anuales son inferiores a 500 mm y están concentradas en una sola estación lluviosa, de enero a abril. Dado el papel preponderante de la corriente fría de Humboldt. Entre julio y octubre, el tiempo se caracteriza por un cielo muy nuboso, neblinas y garúas sin impacto notable en la vegetación.

Principal consecuencia de las abundantes lluvias provocadas por los fenómenos El niño que sobrevienen episódicamente y que constituyen por cierto la única ocasión en que reverdece el paisaje, la irregularidad interanual de las precipitaciones es excepcionalmente elevada.

El Cantón Huaquillas ha sido azotado con regularidad por inundaciones leves, fuertes y catastróficas que han afectado de manera significativa toda el área oeste del cantón, y de manera especial las zonas circundantes al canal internacional.

Superficie

Tiene una superficie de 122.6 km cuadrados con una altitud media de 10 msnm

Y una máxima de 20 msnm.

1.6.3 Aspectos socio-económicos y demográficos.

P.E.A. (Población económicamente activa)

Son todas aquellas personas que se encuentran en edad de trabajar, que se encuentran trabajando o que están buscando empleo. Según el INEC en el cantón Huaquillas la población económicamente activa se encuentra en el 53,20% del total de la población, entre las actividades económicas principales tenemos las siguientes:

Tabla 2 Población Económicamente Activa Huaquillas

Actividad	Porcentaje
Comercio al por mayor y menor	34,50%
Agricultura, ganadería, silvicultura y pesca	11,60%
Transporte y almacenamiento	10%
Construcción	9,20%
Industrias manufactureras	8,70%
Actividades de alojamiento y servicio de comidas	5,20%
Actividades de los hogares como empleadores	4,70%
Administración pública y defensa	3,80%
Otras actividades de servicio	3,60%
Enseñanza	2,50%
Otros	6,40%

Fuente: Senplades
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

Desarrollo comunitario.

El desarrollo comunitario que se da en el Cantón se evidencia en el progreso que ha tenido con el pasar del tiempo, es por ello que ya existen varias asociaciones comunitarias que brindan apoyo a la ciudadanía, tanto económico como personal; a través de microcréditos que están destinados a la compra de mercadería para luego venderla y así tener una estabilidad económica, brindar fuentes de empleo y generar riqueza comunitaria.

Educación.

El sistema educativo ha tenido varias transformaciones con el objetivo de mejorar el servicio que se ofrece a la población.

La educación desarrolla el potencial humano. Es uno de los medios más importantes para dar a hombre y mujeres, el conocimiento, las destrezas y la confianza para participar plenamente en el desarrollo de las comunidades.

Dado que la instrucción tiene consecuencias en la participación laboral y su capacidad para generar ingresos, así como en el número y la calidad de vida de los hijos, la educación es una de las inversiones sociales de mayor trascendencia para las sociedades.

Según de PDYOT del G.A.D Huaquillas el cantón cuenta con una asistencia del 94,2% en la educación básica, 55,50% en lo que respecta al bachillerato y un 15.50% en educación superior.

Además el nivel de analfabetismo de 4,20% según el censo 2010; a continuación se muestra el resumen en la siguiente tabla:

Tabla 3 Tasa de asistencia por nivel de educación Huaquillas

Cantón	Tasa de asistencia por nivel de educación			Escolaridad promedio	Analfabetismo	Cobertura equipamiento	Deserción escolar
	Básica	Media Bachillerato	Superior				
HUAQUILLAS	94,20%	55,50%	15,50%	8,89 años	4,20%	68,63%	3,80%

1.6.4 Potencial turístico.

Comercio fronterizo.

El cantón se caracteriza por su gran actividad comercial, ya que es la principal entrada y salida de personas al país.

De las principales actividades que comprende el comercio fronterizo esta la compra y ventas de prendas de vestir, así como también la creación de restaurantes y comercio informal que hacen del cantón Huaquillas un potencial turístico en que se puede aprovechar en lo que a comercio se refiere.

Flora y fauna.

La provincia de El Oro cuenta con una riqueza en flora y fauna, ya que se encuentran ubicadas dos áreas protegidas por el ministerio del ambiente; las cuales son el refugio de vida silvestre Isla Santa clara y la reserva ecológica militar Arenillas que se encuentra en los límites del cantón Huaquillas.

En el cantón contamos con vegetación adaptada al clima seco y a suelos salinos entres estas tenemos las siguientes:

Tabla 4 Flora existente en Huaquillas

FLORA		
Suelos salinos	Bosque seco	
Mangle rojo	Faique	Tunas
Mangle negro	Algarrobo	Bromelias
Mangle blanco	Ceibo	Cardo maderero
Mangle botón	Cactus	Guayacán.

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial GAD Huaquillas
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

En fauna contamos con especies tanto marinas como terrestres, las cuales se detallan a continuación:

Tabla 5 Fauna existente en Huaquillas

FAUNA				
Reptiles	Aves (+80)	Moluscos y crustáceos.	Peces	Mamíferos
Iguana	Pato	Cangrejos	Bagre	Monos
Capón.	Canelo	Jaiba	Sapo brujo	Ardillas
Lagartija	Martin pescador	Concha	Pargo	Zorros
Boas	Gaviota, etc.	Ostion, etc.	Corvina, etc.	Venados, etc.

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial GAD Huaquillas

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Es listado de flora y fauna son de las especies más representativas y comunes que se puede observar en el sector y que pueden ser explotadas sostenible y sustentablemente con el turismo.

Ríos y playas.

En este sector contamos con el río Zarumilla que une al Ecuador con Perú, dicho río tiene salida directamente con el mar, pasando por Puerto Hualtaco que en el que muchas embarcaciones de pescadores y en el cual también los turistas empiezan su recorrido hacia la ruta que escojan.

También contamos con la playa turística de San Gregorio que se encuentra ubicada a 40 minutos de Puerto Hualtaco vía acuática.

Arqueología.

El significado de Huaquillas proviene de la palabra HUACA, que significa montículo pequeño o lomas de tierra donde los indios sepultaban a sus familiares con sus pertenencias, es por eso que el sector cuenta con una riqueza arqueológica extensa, ya que se encuentra ubicado sobre un cementerio inca.

Rutas y Senderos.

Se cuenta con varias rutas que se pueden recorrer, tanto vía marítima como terrestre de la cuales se desprenden varios senderos entre los más reconocidos tenemos:

Tabla 6 Rutas y senderos

NOMBRE	RUTAS
Ruta del manglar.	Pto. Hualtaco – conchales – avistamiento de aves.
Ruta de avistamiento de aves.	Islas del archipiélago de Jambelí.
Ruta arqueológica	Huaquillas – Pto. Hualtaco –Cayancas – Los Conchales
Playa	Visita a la playa de San Gregorio – Isla Costa Rica

Fuente: Investigación de campo
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

1.6.5 Políticas públicas.

Incentivos tributarios.

Son medidas de carácter legal que la administración tributaria a los emprendimientos estos suponen la exoneración o minoración de impuestos para así promover objetivos

comunes como son la generación de empleo, inversiones, y priorizar la producción nacional

Capacitación.

El gobierno actual ofrece capacitación continua y asesoría legal en temas de emprendimiento, ya sea creación de productos o servicios nuevos o innovación de los mismos.

La capacitación y asesoría es de manera presencial o virtual, ambas son organizadas y coordinadas por el gobierno seccional de cada ciudad o cantón, además son dirigidas por personal profesional en la rama.

Ministerio de Turismo.

Es una entidad del gobierno que está asesorando y ayudando a los emprendedores e inversionistas de los distintos sectores del país en temas turísticos, en el cual se encuentra gran cantidad de datos.

Además canaliza los proyectos presentados hacia la CFN (Corporación Financiera Nacional) con el único fin de obtener el financiamiento necesario.

1.7 Mecánica operativa

Población.

El cantón Huaquillas. Según datos del INEC del año 2010 cuenta con una población aproximada de 48.285 habitantes lo que corresponde al 8,04% de la población de la provincia y se distribuye de la siguiente manera:

Tabla 7 Estructura de la población Huaquillas

Estructura de la población del cantón Huaquillas		
Población	48.285	Representa al 8,04% de la población total de la provincia
Hombres	24.165	50,05%
Mujeres	24.120	49,95%
Urbana	47.706	98,80%
Rural	579	1,20%
Pea	25.688	53,20%

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial GAD Huaquillas
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

Muestra

$$n = \frac{N\sigma^2 Z^2}{(N - 1)e^2 + \sigma^2 Z^2}$$

Fuente: (Suarez & Tapia, 2012)

En donde:

n= tamaño de la muestra

N= universo o población

σ = varianza de la población respecto de las principales características que van a representar, es un valor contable que equivale 0,5

Z= valor obtenido mediante niveles de confianza o nivel de significancia con el que se va a realizar el tratamiento de las estimaciones. Es un valor constante que si se lo toma en relación al 95% equivale 1.96.

N-1= es una corrección que se usa para muestras mayores a 30.000.

e= límite aceptable de error que generalmente varía entre 0.01 y 0.09 para este caso tomaremos 0.05 equivalente al 5%.

Cálculo de la muestra:

En base a los datos obtenidos en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del GAD Huaquillas se realizó la proyección de las personas en edades comprendidas de 10 a 24 años como demanda interna. Por otro lado mediante información proporcionada por la Dirección de Turismo del cantón se estableció el número de turistas del año 2015, la cual fue proyectada como demanda externa. Ante esto la sumatoria de ambas demandas forma parte de la población universo.

Tabla 8 Demanda interna

Demanda interna	
Población entre 10 a 24 años	
Año	Estudiantes
2010	14.881
2011	15.180
2012	15.485
2013	15.796
2014	16.114
2015	16.438
2016	16.768

Fuente: Plan de desarrollo y ordenamiento territorial GAD Huaquillas
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

Tabla 9 Demanda externa

Demanda externa	
Visitantes Huaquillas anual	
Año	Visitantes
2015	660
2016	6733

Fuente: GAD Huaquillas Departamento de turismo
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 10 Población Universo

Datos	
Demanda interna	16.768
Demanda externa	6.733
Total	23.501

Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Población Universo: 23.501

$$n = \frac{23.501 * 0.5^2 * 1.96^2}{(23.501 - 1)0,05^2 + 0.5^2 * 1.96^2}$$

$$n = \frac{22.570}{58,9899582}$$

$$n = 383$$

Mediante la aplicación de la fórmula se logró obtener que es necesario realizar 383 encuestas para recopilar información referente a la demanda de servicios turísticos.

Vale recalcar que la muestra es específica del número de visitantes que acuden a los lugares turísticos del cantón como demanda externa y como de demanda interna los jóvenes en edades comprendidas de 10 a 24 años.

1.8 Técnicas e instrumentos de investigación

Encuestas.- para poder conocer y analizar la demanda se efectuarán encuestas a la población económicamente activa y visitantes del cantón Huaquillas en base a la muestra de la población calculada.

Entrevistas.- para poder conocer a la competencia, se efectuarán entrevistas a propietarios de operadoras de turismo ubicadas en el sector con el fin de conocer precios, frecuencias, número de visitantes y datos importantes que ayuden determinar mejores técnicas para atraer la demanda.

Observación.- consiste en visualizar en tiempo real características de factores, se usó esta técnica para observar la atención que brinda las Operadoras de Turismo en el sector, que estrategias de comercialización usan y evidenciar servicios complementarios que incluyen en sus paquetes turísticos.

1.9 Tabulación y análisis de la información:

1.9.1 Encuestas dirigidas a la demanda interna y externa del Cantón Huaquillas.

A continuación se detalla la información recopilada mediante la aplicación de las encuestas realizadas, primero se dará a conocer datos técnicos incluidos en el cuestionario y posteriormente se continuara con el desarrollo de las preguntas que servirán para la determinación de demanda, oferta, precios gustos y preferencias.

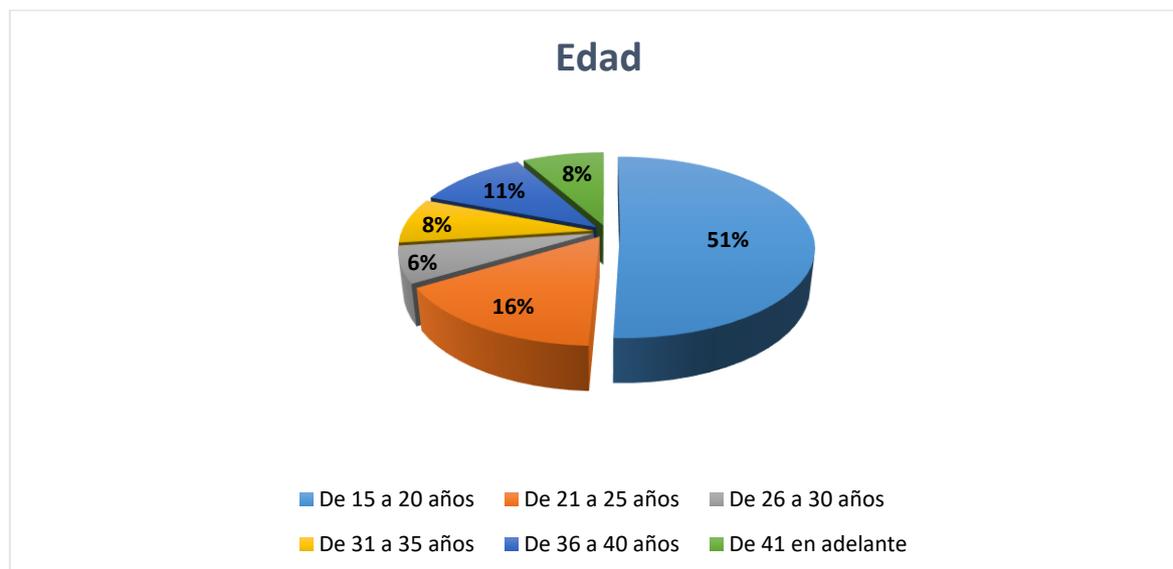
Edad

Tabla 11 Edad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 15 a 20 años	194	51%
De 21 a 25 años	60	16%
De 26 a 30 años	25	6%
De 31 a 35 años	31	8%
De 36 a 40 años	42	11%
De 41 en adelante	31	8%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 1 Edad



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Como resultado de la investigación; dentro de los datos técnicos referentes a la edad, se obtuvo que el 51% representa a la población comprendida entre 15 a 20 años, es decir que una gran parte de la demanda serán estudiantes como complementación a las materias que tengan que ver con el medio ambiente.

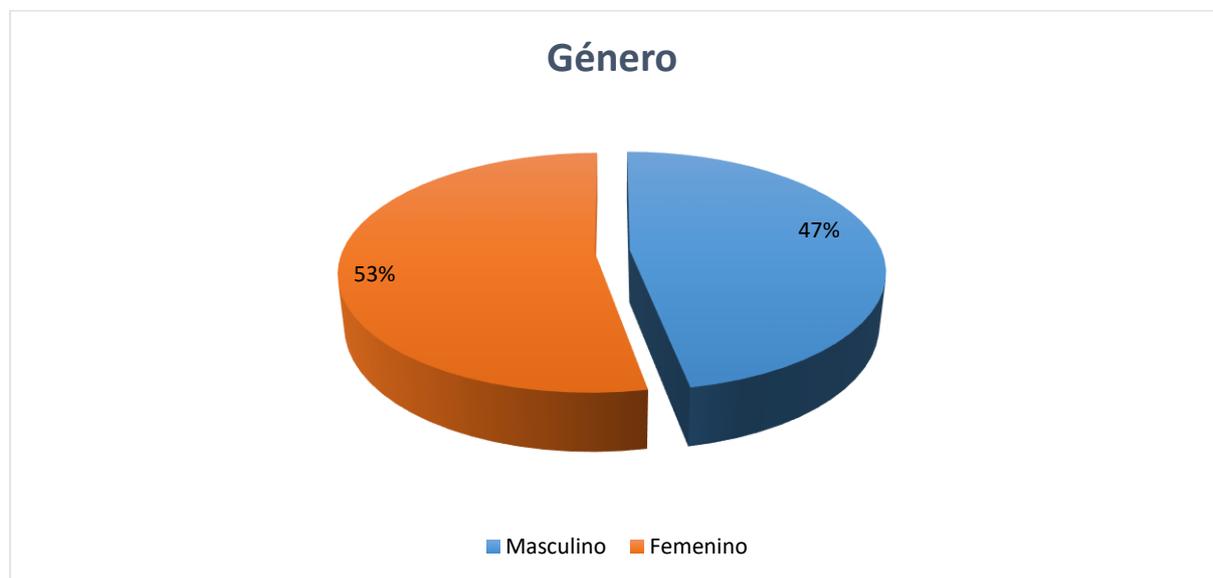
Género

Tabla 12 Género

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	180	47%
Femenino	203	53%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 2 Género



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Como resultado de las encuestas aplicadas, se logró obtener que el 53% de la muestra representa al género femenino y por otro lado el 47% son de género masculino, lo que nos indica que la variación entre ambos sexos no es significativa.

Nacionalidad

Tabla 13 Nacionalidad

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Ecuatoriana	352	92%
Mexicana	6	1%
Peruana	11	3%
Inglesa	8	2%
Española	6	1%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 3 Nacionalidad



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Según la encuesta aplicada se logró obtener que el 92% de las personas encuestas son de nacionalidad ecuatoriana, estos datos ayudan a identificar que el servicio que se va a prestar estará cubierta en su gran mayoría por demanda nacional.

Cuestionario de la encuesta:

1.- ¿Le gusta realizar viajes de turismo?

Tabla 14 Gusto en viajar

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	366	96%
No	17	4%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 4 Gusto en viajar



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Como resultado de la investigación se refleja que el 96% de las personas encuestadas afirman que les gusta realizar viajes, estos datos nos ayudan a determinar la viabilidad de la creación de una operadora de turismo. Por otro lado el 4% que dieron una respuesta negativa lo hicieron por motivos económicos debido a la crisis por la que está pasando nuestro país.

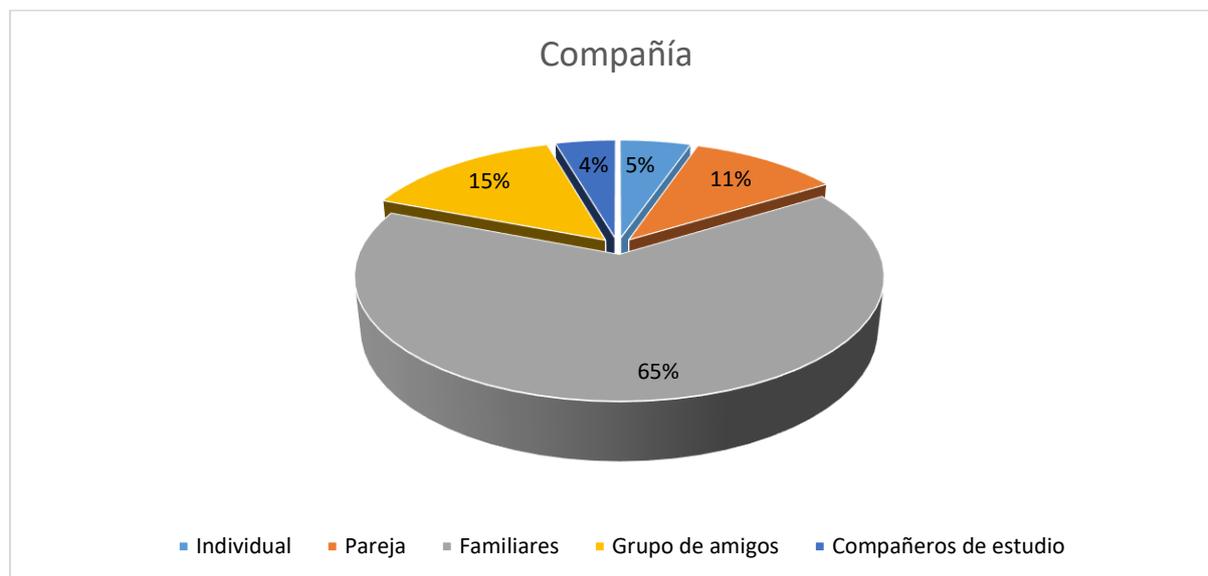
2.- ¿En compañía de quien realiza sus viajes?

Tabla 15 Compañía en viajes

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Individual	20	5%
Pareja	42	11%
Familiares	248	65%
Grupo de amigos	56	15%
Compañeros de estudio	17	4%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 5 Compañía en viajes



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Según los datos receptados se determinó que el 65% de las personas realizan viajes en compañía de su familia, el 15% en compañía de amigos, el 11% en pareja, el 5% realizan sus viajes de forma individual y por último el 4% lo realizan con compañeros de estudio. Esta información ayuda para poder elaborar paquetes turísticos de acuerdo a gustos, preferencias y conveniencias de nuestros futuros clientes.

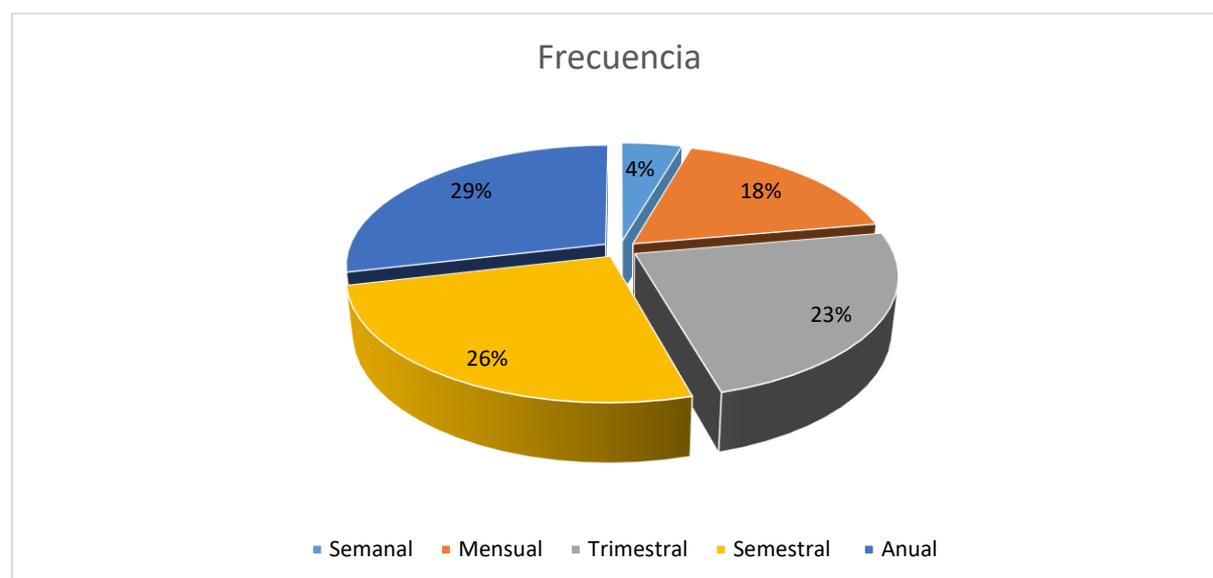
3.- ¿Con que frecuencia hace usted turismo?

Tabla 16 Frecuencia

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	17	4%
Mensual	68	18%
Trimestral	90	23%
Semestral	98	26%
Anual	110	29%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 6 Frecuencia



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Los datos indican que el 29% de las personas realizan turismo 1 vez al año, el 26% 2 veces al año, el 23% 3 veces al año, el 18% de forma mensual y el 4% de manera semanal. Las personas que realizan turismo de forma anual, semestral y trimestral no lo hacen muy seguido por motivos de trabajo y estudio. Estos datos no ayuda a estimar la frecuencia de viaje y poder cuantificar la demanda actual del proyecto.

4.- ¿Para hacer turismo, usted contrata una operadora de turismo?

Tabla 17 Contratación de una Operadora de Turismo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	68	18%
No	315	82%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 7 Contratación de una Operadora de Turismo



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Al preguntar a los encuestados sobre si para hacer turismo han contratado una operadora de turismo, el 82% dio una respuesta negativa y el 18% indicó que si han contratado una operadora. Las personas que dieron una respuesta negativa indicaron que no realizaron la adquisición de un paquete turístico con una operadora debido a que en el sector no hay suficiente cobertura de oferta, por lo cual las personas optan por contratar servicios informales de los comuneros del sector.

5.- ¿Estuvo conforme con el servicio que le entregaron y el trato que recibió?

Tabla 18 Buen trato

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	12	18%
No	56	82%
Total	68	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 8 Buen trato



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

En base a la pregunta anterior de las personas que respondieron de forma afirmativa, el 82% indica que no estuvieron satisfechos con el servicio, por otro lado el 18% menciona que el servicio si cumplió con sus expectativas. Este dato muestra una ventaja para crear una operadora de turismo la cual brinde un servicio completo de calidad y cumplan con las expectativas de sus clientes.

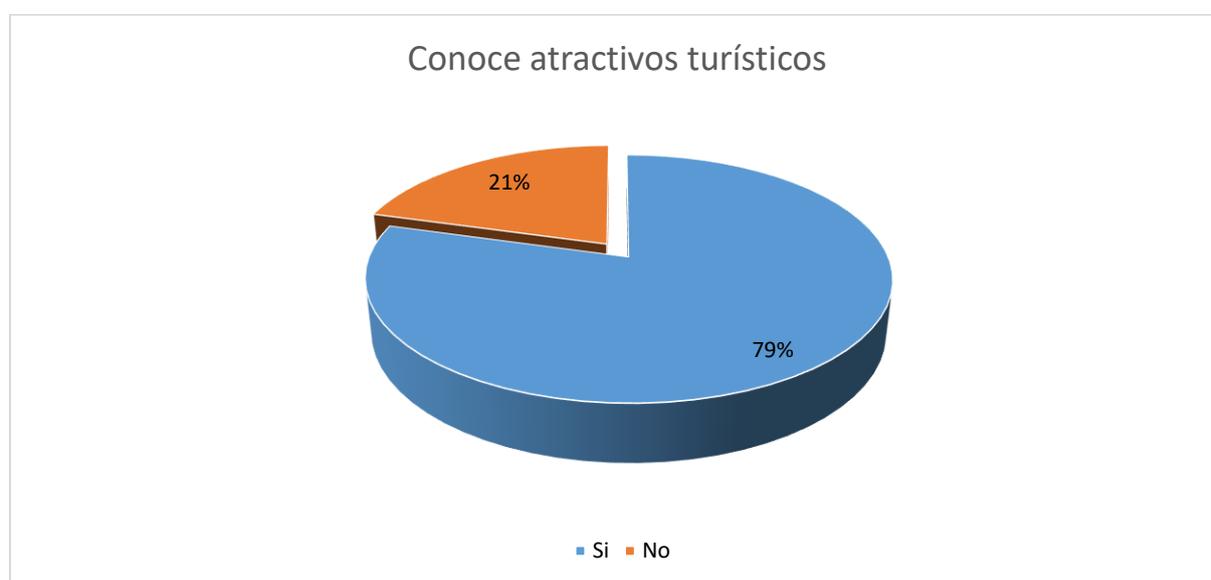
6.- ¿Conoce los atractivos turísticos del cantón Huaquillas?

Tabla 19 Atractivos turísticos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	304	79%
No	79	21%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 9 Atractivos turísticos



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

En base al resultado se observa que el 79% de los encuestados si conocen los atractivos turísticos del cantón Huaquillas, por otro lado el 21% no los conocen. Las personas que conocen estos lugares indicaron que solamente los han visitado cuando realizaron paseos de manera informal sin el servicio de un guía turístico que informe sobre la historia y aspectos culturales del lugar, por lo tanto aprovecharemos esta falencia para hacer conocer la historia y la importancia de estos lugares del cantón.

7.- ¿Qué tipo de lugares prefiere visitar?

Tabla 20 Preferencia de lugares

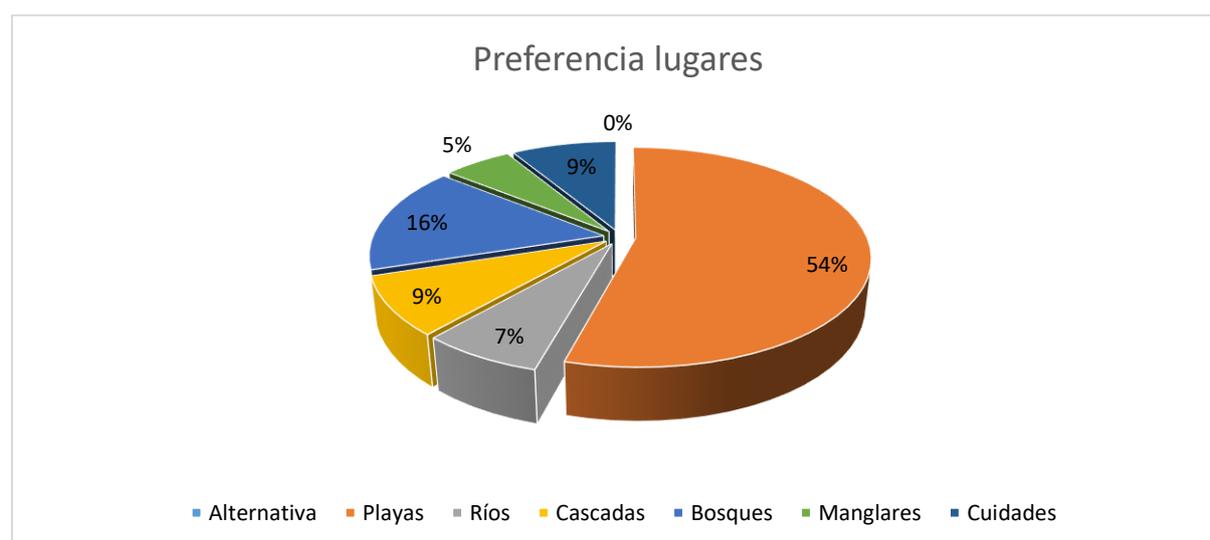
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Playas	107	28%
Ríos	14	4%
Cascadas	17	4%
Bosques	31	8%
Manglares	11	3%
Ciudades	17	4%
Todos	186	49%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Gráfico 10 Preferencia de lugares



Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis

El 49% de los encuestados indica que les gustaría visitar playas, ríos, cascadas, bosques, manglares, ciudades, gracias a este dato tendremos una ventaja ya que el cantón y la provincia cuenta con todos estos ítems de elección en el cual crearíamos paquetes turísticos específicos de acuerdo a los gustos de las personas.

8.- ¿Contrataría los servicios de una operadora de turismo que brinde servicios completos de calidad a precios accesibles?

Tabla 21 Aceptación Operadora de Turismo

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	380	99%
No	3	1%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 11 Aceptación Operadora de Turismo



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Como resultado de la investigación realizada, podemos decir que en la pregunta de aceptación de crear una operadora de turismo el 99% de las personas indicaron que si contratarían los servicios de una operadora de turismo que brinde servicios completos de calidad a precios accesibles. Gracias a esta información existe una viabilidad para la creación de la operadora de turismo.

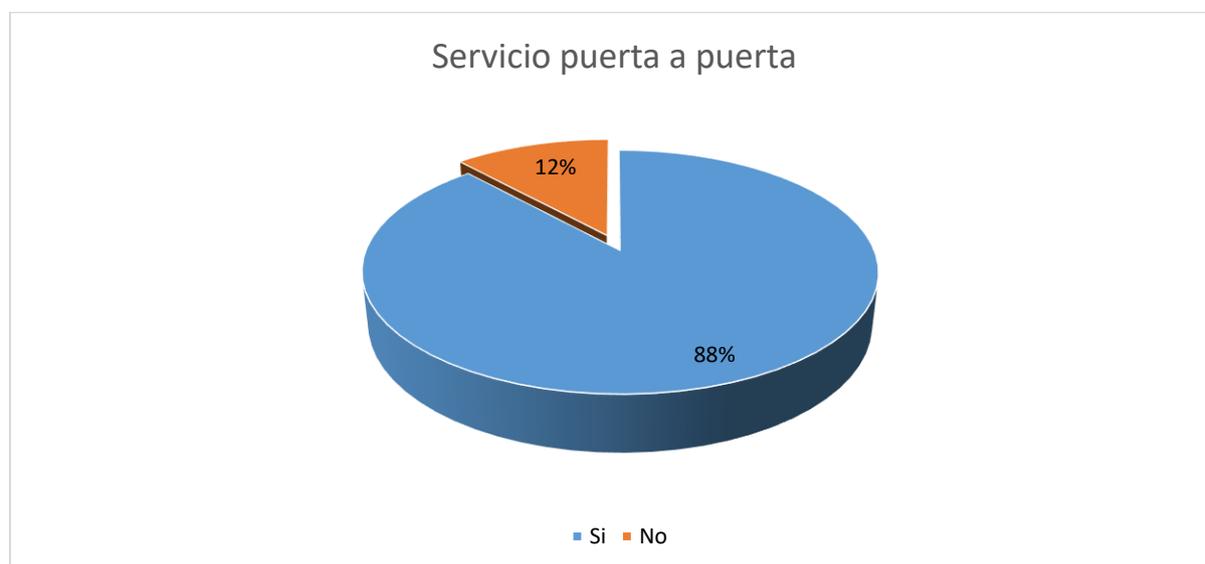
9.- ¿Le gustaría que su empresa de turismo le brinde un servicio de puerta a puerta?

Tabla 22 Servicio puerta a puerta

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	338	88%
No	45	12%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 12 Servicio puerta a puerta



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

De acuerdo a la información se puede observar que el 88% de los encuestados les gustaría que la operadora de turismo brinde un servicio de puerta a puerta, por el otro lado el 12% no les gustaría. Es decir, las personas que dieron una respuesta afirmativa fue por motivos de comodidad y confort, y las que dieron su negación fue porque tienen movilización propia. Esta información ayuda a establecer paquetes turísticos que incluya el servicio de puerta a puerta para las personas que lo deseen.

10.- ¿Qué servicios complementarios desearía que incluyan en su paquete turístico?

Tabla 23 Servicios adicionales

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Alimentación	31	8%
Hospedaje	62	16%
Transporte	14	4%
Tours	17	4%
Guías	28	7%
Todos	231	60%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 13 Servicios adicionales



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

El 60% de la muestra desea que los paquetes turísticos incluyan alimentación, hospedaje, transporte, tours especiales, guías, evidenciándose que se desea un servicio completo que satisfaga sus necesidades. Mediante este dato es necesario realizar alianzas estratégicas con empresas proveedoras de estos servicios.

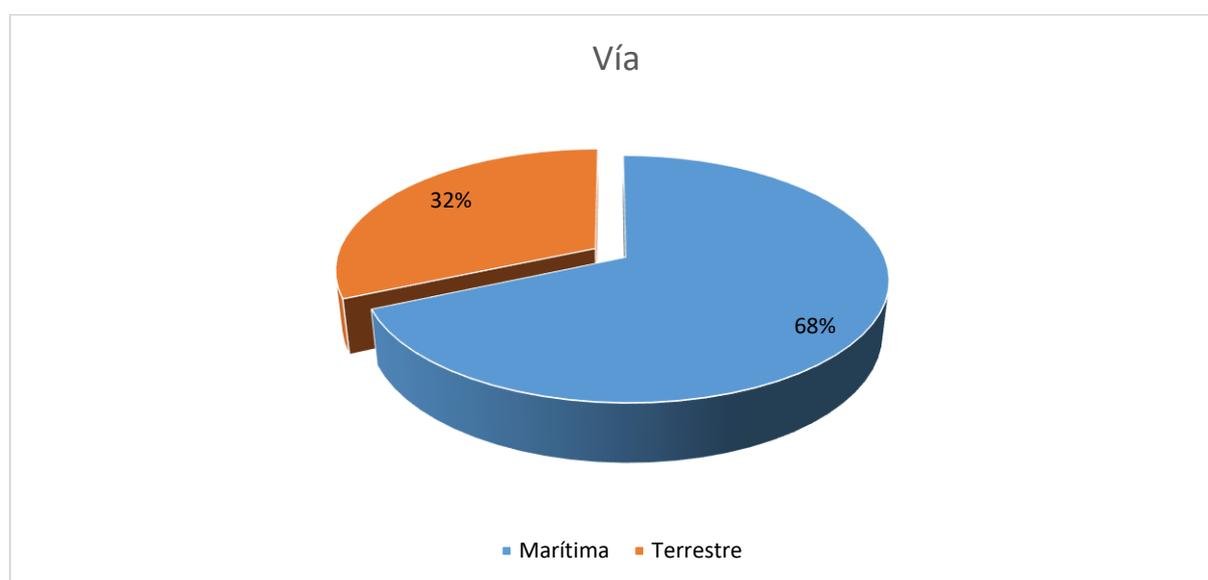
11.- ¿Qué ruta le gustaría utilizar para hacer turismo?

Tabla 24 Ruta turística

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Marítima	262	68%
Terrestre	121	32%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 14 Ruta turística



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Según estos datos se analizó que el 68% de las personas prefieren viajar vía marítima es decir en lanchas, por otro lado el 32% prefieren hacer el recorrido vía terrestre. Ante esta información dado las condiciones del lugar se observa que los tours se lo pueden realizar por ambas vías, pero que esto depende de los gustos de los demandantes del servicio. Estos datos ayudan a precisar los paquetes turísticos en base a gustos de cada persona.

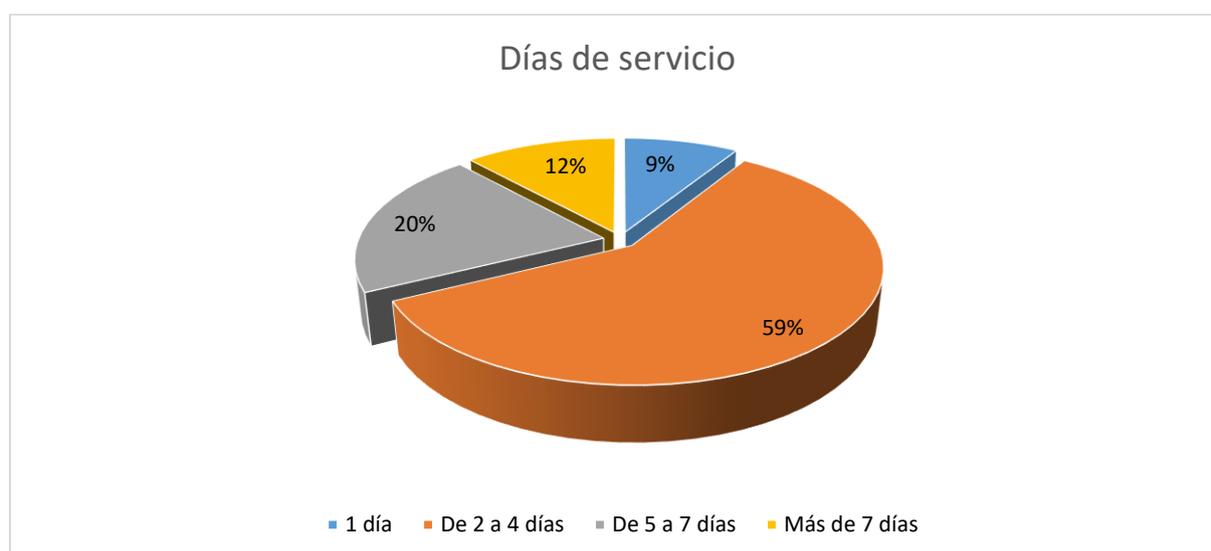
12.- ¿Cuántos días utilizaría usted para realizar turismo?

Tabla 25 Días de servicio

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
1 día	34	9%
De 2 a 4 días	225	59%
De 5 a 7 días	79	21%
Más de 7 días	45	12%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 15 Días de servicio



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

El 59% de las personas encuestadas indican que ocupan de 2 a 4 días para hacer turismo, el 20% de 5 a 7 días, el 12% más de 7 días y el 9% 1 día. Este dato nos ayudará a complementar el paquete turístico con el servicio de hospedaje y ofrecer un descuento de acuerdo a los días del servicio turístico. Por otro lado nos ayuda a estructurar tours diarios para aquellas personas que requieran hacer turismo Full Day (Todo el día).

13.- ¿Le gustaría que le den descuentos en paquetes turísticos que se involucre toda la familia o el grupo de estudio?

Tabla 26 Preferencia descuentos

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	369	96%
No	14	4%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 16 Preferencia descuentos



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

Al preguntar a los encuestados si les gustaría recibir descuentos en paquetes turísticos que de involucre a toda la familia o grupos, el 96% estuvo de acuerdo, por otro lado el 4% indicaron que no les gustaría. Las personas que dieron una respuesta afirmativa mencionaron que si desean recibir descuentos ya que viajan en grupos sean familiares o amigos, en cambio las personas que contestaron negativamente dijeron que ellos no se verían beneficiados por esta promoción. Este dato nos sirve para establecer promociones por grupos dentro de los paquetes turísticos.

14.- ¿Con que presupuesto individual cuenta para realizar sus viajes?

Tabla 27 Precio

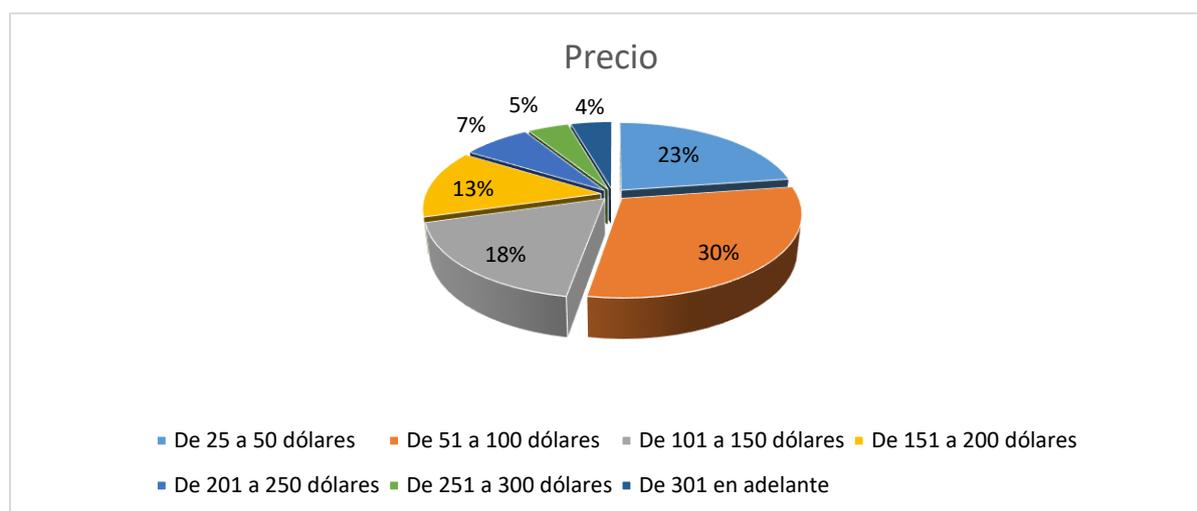
Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
De 25 a 50 dólares	87	23%
De 51 a 100 dólares	115	30%
De 101 a 150 dólares	68	18%
De 151 a 200 dólares	51	13%
De 201 a 250 dólares	28	7%
De 251 a 300 dólares	17	4%
De 301 en adelante	17	4%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Gráfico 17 Precio



Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Análisis

Los datos indican que el 30% de los encuestados cuenta con un presupuesto en el rango de 51 a 100 dólares, el 23% en el rango de 25 a 50 dólares, el 18% entre 101 a 150 dólares, el 13% de 151 a 200 dólares, el 7% de 201 a 250 dólares, el 5% de 51 a 300 dólares y el 4% de 301 dólares en adelante. Estos datos nos ayudarán a establecer los precios accesibles en comparación a la competencia.

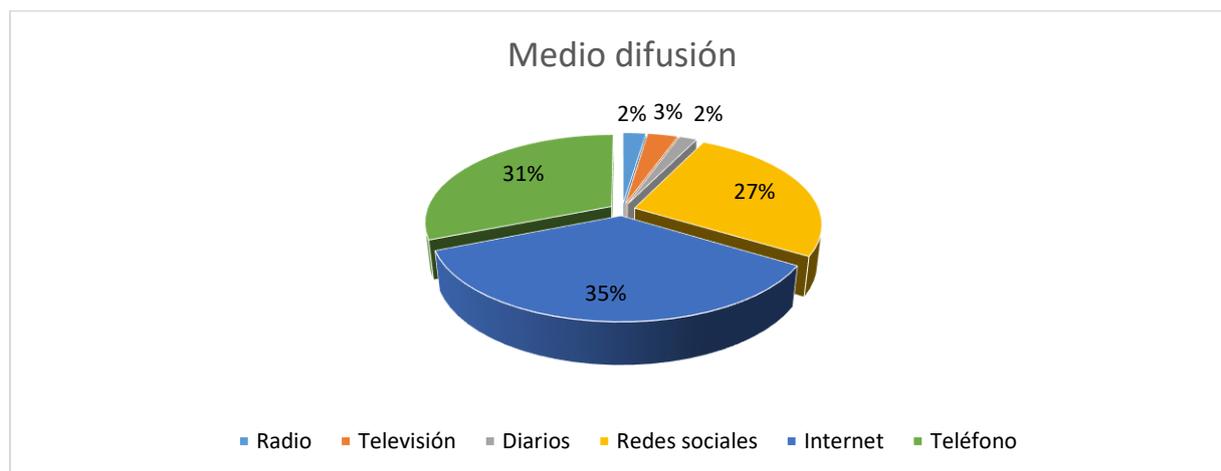
15.- ¿Qué medio de difusión usaría usted para buscar una operadora de turismo?

Tabla 28 Medio de difusión

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Radio	9	2%
Televisión	12	3%
Diarios	7	2%
Redes sociales	101	26%
Internet	135	35%
Teléfono	119	31%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 18 Medio de difusión



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Análisis

En la tabulación de estos datos se analizó que el 35% de los encuestados utiliza el internet para buscar una operadora de turismo, el 31% por guía telefónica, el 27% por redes sociales, el 2% por radio y diarios y el 3% por televisión. Esta información nos sirve para establecer un canal de distribución específico para así llegar al público objetivo y posicionarnos en el mercado.

1.10 Entrevista realizada a las operadoras de turismo que se sitúan en el sector.

Las entrevistas fueron realizadas a Turisfrosur, EcoMangle Travel and Tours, Hefz Tour Ltda., Agencia de viajes Socviajes S.A, Operadora Perú.

1.- ¿Qué servicios turísticos presta su operadora de turismo?

Turisfrosur.- Paquetes turísticos a nivel nacional y local, guianza turística, asesoramiento turístico, servicio de transporte.

EcoMangle Travel and Tours.- paquetes turísticos, prestación de servicio de asistencia a los turistas y reserva de servicios turísticos.

Hefz Tour Ltda.- servicios turísticos, guianza.

Agencia de viajes Socviajes S.A.- servicios turísticos, guianza.

Operadora Perú.- Tours locales e internacionales, transporte marítimo, guía turístico.

2.- ¿Qué rutas turísticas usted ofrece?

Turisfrosur.- Ruta los conchales, Tour a islas, tour a Zaruma, tour agroturismo, ruta del espondylus, ruta de alta montaña y aventura.

EcoMangle Travel and Tours.- tours educativos, ruta los conchales.

Hefz Tour Ltda.- reserva arenillas, tours educativos, playa zorritos.

Agencia de viajes Socviajes S.A.- tours educativos, reservas ecológicas.

Operadora Perú.- Puerta Pizarro, Playa Zorritos, Punta Sal y Máncora.

3.- ¿Cuáles son las frecuencias de sus rutas turísticas?

Turisfrosur.- semanales, mensuales y feriados.

EcoMangle Travel and Tours.- semanales, mensuales y feriados.

Hefz Tour Ltda.- semanales, mensuales y feriados

Agencia de viajes Socviajes S.A.- semanales, mensuales y feriados

Operadora Perú.- semanales, mensuales y feriados.

4.- ¿Las personas que hacen uso de paquetes turísticos son en su mayoría local, nacional o extranjeros?

Turifrosur.- Turistas nacionales y extranjeros.

EcoMangle Travel and Tours.- turistas locales y nacionales.

Hefz Tour Ltda.- Turistas nacionales y extranjeros.

Agencia de viajes Socviajes S.A.- Turistas nacionales y extranjeros.

Operadora Perú.- Turistas nacionales y extranjeros.

5.- ¿Qué servicios incluyen en sus paquetes turísticos?

Turifrosur.- servicios completos (Alojamiento, transporte, guianza, alimentación y entradas a lugares a visitar).

EcoMangle Travel and Tours.- transporte, refrigerio y guía turística.

Hefz Tour Ltda.- transporte, refrigerio y guía turística

Agencia de viajes Socviajes S.A.- transporte, refrigerio y guía turística

Operadora Perú.- servicios completos (Alojamiento, transporte, guianza, alimentación y entradas a lugares a visitar).

6.- ¿Qué medio de comunicación utiliza su empresa para hacer conocer sus servicios?

Turifrosur.- redes sociales.

EcoMangle Travel and Tours.- redes sociales.

Hefz Tour Ltda.- redes sociales.

Agencia de viajes Socviajes S.A.- redes sociales.

Operadora Perú.- redes sociales.

7.- ¿Cuál es el precio actual de sus servicios turísticos?

Turisfrosur.- Full Day 40\$, 2 días 1 noche 180\$, Full Day educativo \$30.

EcoMangle Travel and Tours.- Educativo Full Day 25\$, Full Day 30\$, 2 días 1 noche 162\$.

Hefz Tour Ltda.- Educativo Full Day 27\$, Full Day 30\$, 2 días 1 noche 180\$.

Agencia de viajes Socviajes S.A.- Educativo Full Day 25\$, Full Day 30\$, 2 días 1 noche \$ 175.

Operadora Perú.- Full Day 30\$, 2 días 1 noche 170\$, Full Day educativo \$30.

8.- ¿Realizan algún descuento especial a grupos de personas?

Turisfrosur.- Si, estos descuentos se realizan de acuerdo al número de personas que van desde el 5% al 15% pasadas las 5 personas.

EcoMangle Travel and Tours.- si, se realizan un descuento del 10%.

Hefz Tour Ltda.- depende del número de personas.

Agencia de viajes Socviajes S.A.- si existe un descuento de 10% a partir de 15 personas.

Operadora Perú.- si, se realizan descuentos a alumnos de colegios y personas de la tercera edad del 5 al 10%.

9.- ¿Su empresa cuenta con personal calificado?

Turisfrosur.- si, todo nuestro personal son profesionales en turismo.

EcoMangle Travel and Tours.- nuestros guías son capacitados por la Dirección de Turismo.

Hefz Tour Ltda.- si todo el personal posee el conocimiento necesario.

Agencia de viajes Socviajes S.A.- todo nuestro personal son profesionales en turismo.

Operadora Perú.- si, nuestra empresa cuenta con personas que conocen de turismo.

10.- ¿Cuál es el número promedio de turistas que semanalmente adquieren paquetes turísticos?

Turisfrosur.- en temporada baja recibimos de 20 a 40 personas y en temporada alta de 40 a 80 personas.

EcoMangle Travel and Tours.- se reciben de 30 a 60 personas semanalmente.

Hefz Tour Ltda.- de 30 a 80 personas semanalmente.

Agencia de viajes Socviajes S.A.- de 40 a 80 personas semanalmente.

Operadora Perú.- se reciben personas entre 80 a 100 personas semanales.

11.- ¿Cuenta con aliados estratégicos para cubrir en su totalidad el servicio que presta?

Turisfrosur.- contamos con conexiones con todos los servicios a ofertar con hoteles, restaurantes y destinos a visitar.

EcoMangle Travel and Tours.- si contamos con aliados estratégicos para ofrecer un mejor servicio.

Hefz Tour Ltda.- si con hoteles y restaurantes.

Agencia de viajes Socviajes S.A.- si con hotelería, transporte.

Operadora Perú.- no, ya que la operadora cuenta con hotel, restaurante, transporte.

1.11 Matriz AOOD

La matriz AOOD (Aliados, Oportunidades, Oponentes y Riesgos) es una herramienta de análisis que es aplicada para conocer la situación actual del ambiente en el que se va accionar, con el fin de identificar los aspectos positivos y negativos, para con ellos aprovecharlos y contrarrestar aquellos que pueden afectar directamente al proyecto.

Tabla 29 Matriz AOOD

ALIADOS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Otorgación de Créditos e incentivos estatales. • Las instituciones financieras • Existencia de proveedores de servicios (hoteles, restaurantes, transporte). • Dirección de turismo del Municipio. • Socio estratégico que aporte con el terreno y capital. 	<ul style="list-style-type: none"> • Movimiento de turistas internos y externos debido al paso fronterizo. • Organización de ferias gastronómicas y culturales. • Demanda insatisfecha. • Crecimiento institucional por la gran afluencia de turistas. • Ampliación de coberturas. • Diversidad de flora, fauna, arqueología y gastronomía. • Desarrollo de rueda de negocios. • Capacitación continua al sector turístico por parte de la Dirección de Turismo.

OPONENTES	RIESGOS
<ul style="list-style-type: none"> • Posicionamiento de otras operadoras de turismo. • Interés de ingresar al mercado turístico operadoras internacionales reconocidas. • Agencias de viajes • Turismo comunitario 	<ul style="list-style-type: none"> • Devaluación de la moneda peruana. • Inestabilidad económica. • Cambio de políticas estatales en relación a impuestos, requisitos. • Riesgos climatológicos. • Políticas de restricción al comercio exterior.

Fuente: investigación.
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

1.12 Identificación de la oportunidad de inversión.

Una vez realizado el diagnóstico del Estudio de Factibilidad para la creación de una operadora de turismo en el cantón Huaquillas Provincia de El ORO se logró conocer la oportunidad de inversión.

Dentro del cantón Huaquillas se evidencia una mínima competencia de oferentes servicios turísticos, la Dirección de Turismo de este sector fomenta la capacitación constante a los operarios turísticos para ofrecer un servicio de calidad, se cuenta con una gran diversidad biológica, fauna, flora, además de gastronomía, arqueología, lo cual es una ventaja para cubrir la demanda turística tanto nacional como internacional.

Huaquillas, está ubicada en el paso fronterizo con Perú, lo cual es favorable para lograr una máxima acogida de turistas que están de paso por este cantón y así a la vez permitir el desarrollo local y nacional.

CAPÍTULO II

2. Marco Teórico

2.1 Estudio de Factibilidad

Un estudio de factibilidad es un conjunto de métodos que se enlazan sinérgicamente con un objetivo común el cual sirve para saber si el proyecto es o no viable compuesto por capítulos que forman un solo cuerpo cierto. (Prieto, 2014) Establece que el estudio de factibilidad utiliza técnicas de investigación para lograr un análisis profundo de alternativas que permita decidir sobre si se debe o no desarrollar el proyecto, o modificarlo.

2.1.1 Proyectos de inversión

El proyecto de inversión es una propuesta en el cual los recursos financieros se distribuyen equitativamente. (Córdoba, 2011) indica que un proyecto es en sí una idea técnica que se enfoca en poder solucionar un problema haciendo uso de todos los recursos necesarios permitiendo llegar a un análisis que ayuda a saber si está opción factible o no. Tal como su nombre lo indique estos tipos de proyectos tienen un objetivo generar una ganancia, la cual puede ser conseguida a corto, mediano y largo plazo de acuerdo al cronograma establecido en la planificación.

2.1.2 Clasificación de proyectos de inversión

Es importante conocer los tipos de proyectos de inversión, ayuda a conocer en qué campo vamos a accionar como empresa, ya sea en la producción de algún producto o la prestación de un servicio. (Meza, 2013) Clasifica a los proyectos de inversión en tres campos por un lado hace énfasis en aquellos determinados según su categoría

sean estos de producción o servicios, por otro lado existen proyectos según su carácter y la entidad que los financia encontramos a los denominados privados cuyos persiguen un lucro en su implementación y los sociales que buscan un bienestar común. Por último se menciona a aquellos según su actividad económica los cuales hacen referencia a la actividad que vayan a ejecutar. La Operadora de Turismo que se quiere poner en marcha responde al tipo de proyecto de inversión de prestación de servicios privado correspondiente a la rama del sector turístico.

2.1.3 Etapas de los proyectos de inversión

Las etapas de los proyectos de inversión tienen un inicio y se debe seguir un orden lógico de las etapas para que este tenga resultados satisfactorios. Según (Córdoba, 2011) un proyecto de inversión inicia con una solución a una necesidad real. La primera etapa de estos proyectos hace énfasis a la formulación de la idea para consiguiente poder evaluarlo y determinar si lograr satisfacer o no la carencia estudiada, el siguiente punto es establecer y conformar todos aquellos recursos que posteriormente serán ejecutados, una vez determinados se lleva a cabo el proceso de operación ya sea este la producción de un bien o la prestación de un servicio, por último es necesario realizar una evaluación de resultados verificando si se cumplió y/o satisface la necesidad al inicio presentada. Todos los puntos mencionados anteriormente deben estar enlazados y encaminados a seguir un solo objetivo, cumpliendo con los distintos parámetros financieros y estratégicos establecidos en la planificación así como los aspectos legales y financieros.

2.2 Canales de distribución en Turismo

2.2.1 Definición

Un canal de distribución es el medio por el cual se da a conocer al consumidor o turista información referente al servicio que se brinda, este aspecto induce la toma de decisión logrando iniciar el proceso de reserva y finalizar con el pago del servicio (Pérez, 2014).

2.2.2 Importancia

Los canales de distribución dan un beneficio de tiempo y exclusividad en los clientes y costos bajos a la empresa. La distribución de servicios turísticos hace referencia a la forma de comercialización y conexión de productos y servicios turísticos con la demanda turística (Pérez, 2014). Es de vital importancia para la empresa ya que si los canales de distribución se aplican de manera errónea se logra malos resultados y por ende bajos ingresos.

2.2.3 Tipos de agencias

Se puede mencionar que las agencias turísticas pueden ser por un medio en que se manejan, mayoristas comercializan servicios por conjunto, las denominadas agencias minoristas por otro lado mercadean servicios turísticos otorgados por agencias mayoristas. Existen a la vez agencias que se destacan por las funciones que realizan emisoras que envían viajeros a otras áreas geográficas, es decir al exterior, agencias receptoras en cambio reciben viajeros de otros países.

Por otro lado según los productos que ofrecen podemos encontrar las agencias vacacionales enfocadas en turismo de sol y playa, de empresa con énfasis en turismo de negocios, especializadas aquellas que tienen una demanda determinada. Cabe

mencionar por ultimo aquel segmento de agencias por su ubicación, las cuales pueden ser virtuales, abierta al público, no abiertas al público y las denominadas implants que se encuentran ubicadas en la sede de una empresa para cubrir su agencia de viajes. (Pérez, 2014)

2.2.4 Turismo receptivo

Se entiende por turismo receptivo a aquel que logra atraer turistas nacionales o extranjeros a una distinta localidad. (Guerrero & Ramos, 2014) establece que es aquel efectuado por viajeros que no residen en la misma área geográfica, es decir aquellos que viajan fuera del territorio, de un país determinado.

2.3 Servicios Turísticos

2.3.1 Definición

Un servicio turístico es aquel proceso que consiste en trasladar y/o desplazar a un cliente de su residencia habitual a uno natural con el fin de satisfacer su necesidad de relajación, conocimiento y diversión, muy distintos a los relacionados con el ámbito laboral (Ruano, 2012).

2.3.2 Tipos de servicios turísticos

Dentro del medio turístico encontramos dos tipos de servicios turísticos que según (Jiménez & Jiménez, 2013) los diferencia en dos grupos por un lado están los tipos de servicios turísticos generales que hacen énfasis a aquellos productos y servicios propios e incluidos dentro del viaje de la mayor parte de las personas. Por otro lado se encuentran aquellos servicios especiales que hacen referencia a los adquiridos por turistas para la realización de las actividades particulares los cuales no tienen ningún costo económico entro estos se puede mencionar la satisfacción, diversión, etc.

2.3.3 Importancia

Es importante que determinar un servicio turístico completo para lograr la máxima satisfacción de los demandantes de este servicio y así poder cumplir nuestros objetivos propios.

2.4 Ecoturismo

El ecoturismo es una modalidad del turismo que consiste en visitar áreas naturales o protegidas que permiten al turista estar en contacto directo con la naturaleza sin causar un impacto ambiental y cultural. (Nel-lo & Llanes, 2016) Define al ecoturismo como una modalidad turística ambientalmente responsable que consiste en viajar a zonas naturales, disfrutar, conocer y estudiar los atractivos naturales con la finalidad de favorecer a la localidad de manera económica y ambiental.

2.4.1 Ventajas y desventajas del ecoturismo

El ecoturismo tiene sus ventajas y desventajas las cuales pueden afectar el ecosistema de manera directa e indirecta, para lo cual se debe tomar en la capacidad máxima de soporte de cada ecosistema para no irlo deteriorando; es por eso que las empresas turísticas deben tener planes de contingencia en caso de afectar algún ecosistema por exceso de capacidad. Es por eso que este proyecto está enfocado en preservar los ecosistemas de modo que prevalezcan en el tiempo. Dentro de las ventajas que (Nel-lo & Llanes, 2016) establece se puede decir que desarrollar el Ecoturismo puede contribuir a mejorar la información biológica, concientizar a la población la conservación de la naturaleza, diversificar de la economía local, incrementar puestos de trabajo locales, por otro lado una desventaja de este tipo de turismo es que afecta la capacidad física de los ecosistemas, produce un impacto ambiental negativo, y la vez dañan las comunidades locales.

2.4.2 Impactos del ecoturismo

La práctica del ecoturismo tiene varios impactos al ambiente y a la sociedad los cuales depende mucho de cómo se los manipule; estos impactos pueden ser positivos o negativos, según (Orgaz, 2014) estos impactos se considerarían en tres factores los denominados económicos cuyo objetivo es generar recursos mediante la protección de las zonas naturales, los llamados impactos sociales hace referencia a mejorar el status socioeconómico, y los medioambientales hace énfasis en que mejora la conservación de las áreas naturales, pero a la vez genera impactos negativos en el medio natural.

2.5 Estudio de Mercado

2.5.1 Concepto

El estudio de mercado consiste en analizar de manera sistemática y sincronizada todas las variables que intervienen en la parte comercial de un proyecto. Según (Torres J. , 2015) El Objetivo del estudio de mercado se abrevia en poder identificar, y analizar toda la información referente a quienes pueden ser nuestros posibles competidores, cual será nuestra demanda potencial, quienes probablemente serán nuestros proveedores de materias primas y/o insumos, cuales son los precios de nuestra competencia, que estrategias de comercialización se están utilizando y cuales deberán ser puestas en marcha, además de otras variables que deben ser establecidas y analizadas y forman parte del proyecto.

2.5.2 Mercado

El mercado es el espacio donde efectúan el intercambio de bienes o servicios por medio de un respectivo valor monetario, el cual está encaminado a satisfacer las distintas necesidades de la población. (Torres J. , 2015) Indica que mercado es el

área en el cual tanto oferta y demanda se desenvuelven mediante la ejecución de transacciones de bienes y servicios a determinados precios. Cabe recalcar que es en este lugar donde se desarrollan los canales de distribución para la oferta de servicios turísticos.

2.5.3 Componentes

2.5.3.1 Producto

Producto; un bien o servicio es lo fundamental del negocio planeado ya que los ingresos por venta del producto es determinante para obtener la rentabilidad esperada de la inversión proyectada; se debe elaborar una eficiente focalización y caracterización del bien o servicio del proyecto. (Torres J. , 2015). El producto es todo aquello de una empresa fabrica sea este tangible o intangible que tiene como función satisfacer una necesidad específica o necesidades conjuntas, que ayudara a la empresa a obtener ingresos económicos.

2.5.3.2 Oferta

La oferta es la cantidad de productos o servicios que toda empresa pone a disposición de los clientes a un determinado precio. Según (Torres J. , 2015) la oferta de mercado es el conjunto de principales competidores, sean estas empresas o personas que ofrecen un servicio similar. El estudio de mercado tiene la función de estudiar a la competencia en cuanto a la cantidad de productos ofertados como a los precios de venta al público, para así tener una referencia de estos y poder entrar al mercado con una ventaja específica.

2.5.3.3 Demanda

Se define a la demanda como a la cantidad y calidad de bienes o servicios que una persona puede adquirir a un precio razonable, siempre y cuando este bien o servicio cumpla con sus expectativas. Según (Torres J. , 2015) Demanda de mercado la conforma el cliente y/o consumidor del producto, reflejada por la voluntad y capacidad económica de adquirir un bien o servicio, este contexto permite construir con sustento confiable la proyección de ventas y la estrategia comercial del negocio. En el estudio de mercado tiene una función esencial ya que nos ayuda a determinar la demanda insatisfecha de una localidad específica.

2.5.3.4 Precio

El precio es el valor monetario que una empresa establece a un determinado bien o servicio. Según (Torres J. , 2015) el precio está determinado mediante el análisis y determinación primeramente del costo general unitario del servicio para posteriormente incorporar un porcentaje de utilidad, a lo cual se denomina margen de utilidad. Cabe mencionar que el precio de un bien o servicio posee un condicionante ineludible, el precio debe ser competitivo en relación al nivel de precios de los principales competidores del negocio, es decir este debe tener una ventaja en comparación con nuestros competidores para así poder ganar clientes y obtener un margen de utilidad al finalizar un periodo.

2.5.3.5 Proveedores

Los proveedores son las personas naturales o sociedades que nos abastecen de los insumos necesarios para elaborar un bien y/o ofrecer un servicio completo. Según (Torres J. , 2015) los proveedores hace referencia a los insumos claves del producto de negocio, cabe mencionar que dentro del proyecto a desarrollar un proveedor viene

a ser aquellas empresas que nos prestan sus servicios para completar nuestro servicio turísticos, entre estos puedo mencionar hoteles, restaurantes, empresas de transporte, los insumos que los proveedores nos proporcionan deben cumplir ciertos parámetros de calidad, y tener precios accesibles para que no afecten mucho a nuestros costos, ya que de esto depende obtener o no un precio competitivo y a su vez una mejor utilidad.

2.5.3.6 Estrategias comerciales

Las estrategias comerciales son importantes ya que gracias a ellas podemos posicionar el producto o servicio en el mercado que vamos a incursionar. (Torres J. , 2015) Establece que una estrategia comercial comprende el conjunto de acciones concernientes a la venta, distribución y comunicación del producto en el mercado, una estrategia de comercial o de marketing es una combinación de herramientas que permitirá llegar al mercado en el cual quiere incursionar, además que de ellas depende el éxito o fracaso del lanzamiento del producto y la atracción de futuros clientes.

2.6 Estudio Técnico

2.6.1 Concepto

El estudio técnico es importante ya que en este se establece la localización del proyecto así como también el tamaño óptimo del proyecto donde se describe de manera detallada todos los factores concernientes para su ejecución. Según (Prieto, 2014) El estudio técnico de un proyecto permite verificar la posibilidad de la fabricación del producto o servicio definido, analizar el tamaño óptimo, la localización más favorable, los equipos las instalaciones y la organización necesaria para su ejecución.

2.6.2 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto es la capacidad que tiene una empresa para producir bienes y/o servicios durante un periodo de tiempo establecido. (Prieto, 2014) Indica que el tamaño de un proyecto puede ser dado por su capacidad instalada, y a la vez por el volumen o escala de producción que una empresa puede alcanzar, por otro lado se puede mencionar que se considera el tamaño óptimo de un proyecto como aquel en donde se opera con los menores costos totales o se produce máxima rentabilidad.

2.6.3 Localización

En la localización de un proyecto es importante identificar y analizar los puntos fuertes que una localidad tiene y que ayuden a contribuir de manera positiva al proyecto. Según (Flórez, 2015) Se debe realizar el análisis de las variables que permitan determinar el lugar en el que se ubicara el proyecto, teniendo en cuenta los criterios de maximización de utilidades, minimización de los costos de producción y gastos operacionales con el objetivo de para que estas ayuden a obtener una mayor rentabilidad en comparación de otras empresas.

2.6.4 Macro localización

La macro localización es el área o región en donde se va a ubicar la operadora de turismo, esta área deberá ser seleccionada luego de un estudio profundo en donde se expusieron varias alternativas con opciones que benefician a la operadora. Según (Flórez, 2015) Corresponde a la selección de un área global en donde, de acuerdo con los estudios preliminares realizados, se puede ubicar el proyecto.

2.6.5 Micro localización

La micro localización es la ubicación exacta donde va a operar la empresa. Según (Flórez, 2015) Una vez elegida la región donde se puede localizar el proyecto (macro localización), comienza el proceso de elegir la zona y, dentro de esta, el sitio preciso (a nivel de factibilidad). Es decir es la ciudad o cantón donde se va a ubicar la empresa habiendo ya reconocido los factores y variables que influyen directamente.

2.6.6 Ingeniería del proyecto

Consiste en el estudio que se realiza para optimizar los recursos disponibles en la elaboración de un bien o servicio, en el cual interviene los procesos, requerimientos de equipo, personal, insumos e infraestructura para su correcta elaboración. Según (Prieto, 2014) La ingeniería del proyecto se refiere a la parte del estudio técnico que se relaciona con su fase de producción que permita optimizar los recursos disponibles para la fabricación del producto o la prestación del servicio. Este aspecto hace referencia a resolver todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta.

2.7 Estudio Organizacional

2.7.1 Concepto

En el estudio organizacional se determina los aspectos necesarios para decidir qué tipo de organización legal vamos a ser, así como también se define la estructura organizacional mediante la cual vamos a operar, dividiendo y asignando trabajos para que todas las tareas requeridas sean cumplidas a cabalidad para así lograr un solo objetivo en conjunto. (Meza, 2013) Indica que este estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales, mediante este estudio se concretan todos

los aspectos concernientes a la nómina de personal y a la remuneración prevista para cada uno de los cargos. Además que se reflejas los procesos que cada uno de los sitios de trabajo debe seguir.

2.7.2 Misión

La misión es la razón de ser de una empresa además de ser lo que nos diferencia de otras empresas, ya que esta se enfoca en el presente y justifica con lo que el personal hace. Según (Torres Z., 2014) Es la expresión perdurable de los propósitos que distinguen a una empresa de otras empresas similares. La misión se crea, empieza por la visión a largo plazo. Donde existe una creación física (misión) existe siempre una creación mental previa (visión). La misión es el motor, lo que hace que la gente se mueva hacia la visión. Es importante ya que esta demuestra todo lo que la empresa es en un momento dado

2.7.3 Visión

La visión es la imagen a donde una empresa quiere llegar, esta se plantea a largo plazo con un objetivo creíble y alcanzable. Según (Torres Z. , 2014) Es el enunciado que expresa hacia donde desea llegar la organización en el futuro, dice la manera en que la empresa se concibe a sí misma en el futuro. Es el motor principal ya que ayuda a motivar al personal de la empresa a trabajar en conjunto para lograr dicho objetivo.

2.7.4 Valores empresariales

Los valores empresariales son importantes dentro de una organización ya que estos son los ejes de conducta de la empresa y refleja el comportamiento con nuestros clientes, proveedores y competencia. Según (Martínez & Milla, 2012) establece que los valores corporativos son los ideales y principio colectivos que guían las reflexiones y las actuaciones de un individuo (por ejemplo la lealtad a la propia familia) o un grupo

de individuos (la solidaridad, o el principio darwiniano de que sobrevivan los mejores). Además los valores empresariales son los ejes de conducta que se encuentran relacionadas para un cumplir el mismo objetivo.

2.8 Estudio Financiero

2.8.1 Concepto

El estudio financiero es importante en un proyecto de inversión ya que nos ayuda a analizar la capacidad de una organización o empresa para ser viable y rentable, mediante indicadores financieros estudiados uno a uno en forma consecutiva ya que de este análisis depende poner en marcha o no el proyecto. Según (Flórez, 2015) Indica que uno de los aspectos más importantes en la evaluación de proyectos es la proyección de las situaciones financieras esperadas en la formulación del mismo, las cuales se ven reflejadas en los estados financieros de los periodos previstos.

2.8.2 Estructura de la inversión

La inversión es el conjunto de rubros que son necesarios para la puesta en marcha de una empresa tal como (Flórez, 2015) lo indica está estructurada por un lado por inversiones fijas comprendida por maquinaria, equipos, instalaciones y demás rubros fijos que el proyecto necesitará para la operación de la empresa. En cambio las inversiones diferidas constituyen aquellos desembolsos que realiza la empresa para la constitución de la sociedad, además de gastos jurídicos, patentes, y por último hay que mencionar al capital de trabajo parte importante de la inversión la cual hace referencia al conjunto de recursos necesarios para poder operar en el corto plazo, en donde se incluyen salarios, arriendos, gastos administrativos y productivos.

2.8.3 Financiamiento

Las fuentes de financiamiento son importantes ya que van a ayudar a mejorar la estabilidad económica de la misma. Según (Flórez, 2015) Indica Las fuentes de financiamiento pueden ser de tipo interno o externo. Las internas corresponden a la generación interna de recursos y, las externas, corresponden a la consecución de préstamos en el sector financiero. En nuestro caso vamos a utilizar las fuentes de financiamiento externa porque somos una empresa que va a empezar a operar, esta será adquirida mediante un préstamo un una entidad financiera; además de contar con la inversión propia con activos fijos.

2.8.4 VAN

El VAN es un evaluador financiero que ayuda a conocer la posibilidad de rentabilidad que puede generar un proyecto, (Rojas, 2015) indica que el valor presente neto o valor actual neto es uno de los criterios más ampliamente utilizados en la evaluación de proyectos de inversión, el cual consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo futuros que genera un proyecto y comparar esta equivalencia con el desembolso inicial. Es la cantidad equivalente por medio de la cual los ingresos equivalentes de un flujo de caja exceden o son desiguales a los desembolsos equivalentes de ese mismo flujo.

(Meza, 2013) Indica:

El valor presente neto es una cifra monetaria que resulta de comparar el valor presente de los ingresos con el valor presente de los egresos. En términos concretos, el valor presente neto es la diferencia de los ingresos y egresos de la misma fecha. (p. 135).

2.8.5 TIR

La TIR (tasa interna de retorno) es la tasa que se utiliza para medir y comparar la rentabilidad que genera un proyecto en un periodo de tiempo (Rojas, 2015) indica que la tasa interna de rendimiento es el índice de rentabilidad ampliamente aceptado. Está definida como la tasa de interés que reduce a cero el valor presente, el valor futuro o el valor anual equivalente de una serie de ingresos y egresos.

(Meza, 2013) Indica:

Podemos definir, entonces la TIR, como la tasa de interés que hace el VPN=0, o también, la tasa de interés que iguala el valor presente de los flujos descontados con la inversión. Una interpretación importante de la TIR es que ella es la máxima tasa de interés a la que un inversionista estaría dispuesto a pedir prestado dinero para financiar la totalidad del proyecto, pagando con los beneficios (flujos netos de efectivo) la totalidad del capital y de sus intereses, y sin perder un solo centavo. (p.147)

Es recomendable que la TIR sea mayor a la TRM, pero que no exceda en 15 puntos caso contrario el proyecto estaría sobrevalorado; por otro lado si la TIR es menor que la TRM es proyecto no presenta un atractivo.

2.8.6 Costo-Beneficio

La relación costo- beneficio es el método que se utiliza para saber qué tan beneficioso es el proyecto, en el cual se considera que es atractivo si este es mayor a uno. Según (Rojas, 2015) Este método considera el valor temporal del dinero para explicar el calendario de flujos de efectivo (o beneficios) que ocurren desde la realización del proyecto. La relación B/C es una razón de los beneficios descontados con respecto a los costos descontados.

2.8.7 Periodo de recuperación de la inversión

Es un evaluador que permite saber en qué tiempo se va a recuperar la inversión de acuerdo a los flujos de efectivos, se considera un proyecto atractivo cuando este recupera la inversión en menos de 5 años, caso contrario pierde el atractivo financiero. (Rojas, 2015) Indica Este método consiste en determinar el tiempo que tarda un proyecto, en ser pagado y se determina mediante restas sucesivas de uno por uno los flujos de efectivo a la inversión original, hasta que ésta quede saldada, de tal forma que si la inversión se amortiza en un menor o igual al horizonte del proyecto, éste se considera viable y se acepta, caso contrario se rechaza.

CAPÍTULO III

3. Estudio de Mercado

El presente estudio de mercado se lo realizará en el cantón Huaquillas Provincia de El oro, con el fin de recopilar información relativa a oferta, demanda y precio de los servicios turísticos que se van a brindar. Esta información fue obtenida mediante el uso de técnicas de investigación primaria, tales como encuestas, entrevistas efectuadas a posibles demandantes del servicio, y propietarios de empresas que efectúan actividades de turismo.

La demanda potencial de los servicios turísticos será la población económicamente activa del cantón Huaquillas y los turistas que visitan este sector, datos obtenidos en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Huaquillas, e información proporcionada por la Dirección de Turismo de este mismo cantón.

Para conocer la oferta de servicios turísticos se realizó entrevistas a los propietarios de las operadoras de turismo así como también a empresas que brinden servicios de venta de paquetes turísticos.

Una vez determinado y analizada la información recopilada dado que no se cuenta con información histórica, fue necesario calcular demanda y oferta actual para en base a estos datos realizar las debidas proyecciones tomando en cuenta la tasa de crecimiento del cantón.

Finalmente una vez determinada las debidas proyecciones se puede obtener la demanda potencial a satisfacer por el proyecto.

3.1. Objetivo del Estudio de Mercado

3.1.2 Objetivo General.

Realizar un estudio de mercado mediante la aplicación de instrumentos de investigación, para conocer la oferta, demanda y la aceptación de la creación de una operadora de turismo en el Cantón Huaquillas, Provincia de El Oro.

3.1.3 Objetivos Específicos.

- Identificar las principales características de los servicios turísticos que se van a ofertar, a través de entrevistas y observación directa al entorno en el cual se va accionar, con el fin de satisfacer gustos y preferencias de la demanda.
- Determinar la demanda potencial del turismo en el cantón Huaquillas, mediante la aplicación de un modelo matemático, para conocer el número de clientes que la Operadora de Turismo puede satisfacer.
- Establecer la oferta actual de los servicios turísticos del sector, mediante la aplicación de entrevistas a la competencia con el fin de conocer la cantidad de servicios que se ofertaron en el mercado.
- Identificar los precios actuales de los servicios turísticos, mediante el análisis de entrevistas realizadas a Operadoras Turísticas del entorno, que nos permita establecer un precio competitivo en el mercado.
- Establecer las principales estrategias de comercialización que la Operadora de Turismo va a implementar, mediante el análisis interno y externo de la situación en la que se encuentre el mercado, para obtener competitividad.

3.2 Variables de estudio.

En el siguiente estudio se han establecido las siguientes variables:

- Servicio.
- Demanda.
- Oferta.
- Precio.
- Estrategias de comercialización.

3.2.1 Indicadores de las variables

- **Servicio**

Aliados estratégicos

Paquetes turísticos

Tours

- **Demanda**

Mercado meta

Volumen demanda

Frecuencia servicio

Proyección

- **Oferta**

Análisis competencia

Oferta servicio turístico

Proyección

- **Precio**

Análisis precio actual de servicios turísticos

Proyección

- **Estrategias de comercialización**

Canales de distribución

Promoción

Descuentos

Convenios entidades educativas.

Publicidad

3.2.2 Matriz Estudio de Mercado

Tabla 30 Matriz Estudio de Mercado

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Instrumentos
Establecer las principales características de los servicios turísticos que se van a ofertar.	Servicio	Aliados estratégicos	Primaria	Encuestas
		Paquetes turísticos	Secundaria	Internet
		Tours		
		Mercado meta		
Determinar la demanda potencial del turismo en el cantón Huaquillas.	Demanda	Volumen demanda	Primaria	Encuesta
		Frecuencia servicio		Entrevista
		Proyección		
Analizar la oferta actual de los servicios turísticos del sector.	Oferta	Análisis competencia	Primaria	Entrevista
		Volumen oferta		

Objetivos específicos	Variables	Indicadores	Fuente	Instrumentos
		Proyección		
Identificar los precios actuales de los servicios turísticos que se ofrecen en el sector.	Precio	Análisis precio actual de servicios turísticos	Primaria	Entrevista
		Proyección		
Establecer las principales estrategias de comercialización.	Estrategias de comercialización.	Canales de distribución	Primaria	Entrevista
		Promoción		
		Descuentos		
		Convenios entidades educativas.		
		Publicidad		

3.3 Identificación del servicio

El presente proyecto tiene como objeto de estudio la creación de un operadora de turismo que brinde servicios turísticos tanto a demanda interna como externa.

Mediante el análisis del estudio de mercado se logra determinar qué servicios completos son necesarios incluir dentro del paquete turístico para satisfacer gustos y preferencias de nuestra demanda. Además de ello al conocer el funcionamiento de nuestra competencia permite establecer mecanismos claves para lograr distinción, acogida y posicionamiento de nuestra empresa en el mercado.

Ante el análisis efectuado, se establece que la operadora de turismo ofrecerá:

- Un servicio de puerta a puerta.
- Pago de entradas a sitios o lugares.
- Recorridos por vía marítima y terrestre a gusto del cliente.

Al establecer alianzas estratégicas con proveedores de servicios el paquete turístico contará con:

- Servicio de transporte.
- Alojamiento
- Alimentación
- Guías turistas
- Tours

Dentro los servicios turísticos se encuentran Full Day, 2 días 1 noche y los tours que se realizarán son:

- Tour educativo
- Tour Puerto Hualtaco

- Tour Reserva arenillas
- Tours de compras en la frontera de Perú
- Tours Zorritos-Tumbes-Máncora
- Tours Machala-Puerto Bolívar-Jambelí
- Tour Machala- El Guabo-Cascadas de Manuel
- Tour Huaquillas-Arenillas-Limón playas-El blanco
- Tour Huaquillas-Zaruma-Piñas

3.3.1 Mercado meta

El mercado meta del presente proyecto está determinado por demanda interna número de personas en edades de 10 a 24 del cantón Huaquillas y demanda externa tales como turistas que visitan este cantón, datos obtenidos en el Plan de ordenamiento territorial Huaquillas e información proporcionada por Dirección Turismo GAD del cantón.

3.4 Demanda

La demanda hace referencia a la cantidad de bienes o servicios que una persona está dispuesta a adquirir a un determinado precio.

3.4.1 Análisis demanda

Al no contar con datos históricos referentes demanda interna y externa, fue necesario establecer la demanda actual del proyecto la cual fue desarrollada tomando en cuenta los resultados de la encuesta aplicada, datos correspondiente a la pregunta N° 3 donde se consulta la frecuencia de adquisición de servicios turísticos.

Tabla 31 Análisis de la Demanda

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Semanal	17	4%
Mensual	68	18%
Trimestral	90	23%
Semestral	98	26%
Anual	110	29%
Total	383	100%

Fuente: Encuesta aplicada
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

La población universo entre demanda interna y externa es de 23.501, de la cual se calculó la muestra obteniendo un total de 383 personas. De estos datos 23.317 personas que representan el 99% indicaron en la pregunta N° 8 que si contratarían una operadora de turismo que brinde servicios de calidad a precios accesibles, establecida así:

Tabla 32 Aceptación Operadora Turismo

Población universo	% Aceptación	Total
23.501	99%	23.317

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

3.4.2 Demanda actual

Tabla 33 Demanda actual

Año	Total población	Adquisición servicio %	Adquisición servicio número personas	Número servicios demandado al año	Frecuencia demanda	Demanda actual servicio turístico
2016	23.317	4%	1.035	52	Semanal	53.818
		18%	4.140	12	Mensual	49.678
		23%	5.479	4	Trimestral	21.917
		26%	5.966	2	Semestral	11.932
		29%	6.697	1	Anual	6.697
Total		100%	23.317			144.041

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

De acuerdo a los cálculos realizados se determinó que la demanda de servicios turísticos en el año 2016 es de 144.041, en base a la pregunta N° 4 donde se consulta que para hacer turismo contrataría una operadora de turismo se logra establecer la demanda actual de la siguiente manera:

Tabla 34 Población Universo

Población universo	% Contratación	Total
144.041	18%	25.574

Fuente: Encuesta
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

3.4.3 Proyección de la demanda

Para realizar la proyección de la demanda futura se toma en cuenta la tasa de crecimiento poblacional del cantón Huaquillas encontrada en el Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial de este sector, el cual es del 2.01%.

La demanda proyectada se calcula mediante la siguiente ecuación:

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Donde:

Q_n = demanda futura

Q_0 = demanda inicial

i = % de crecimiento poblacional

n = año proyectado

Tabla 35 Proyección Demanda

Año	Aplicación de la fórmula	Demanda servicio turístico
2017	$Q_n = 25.574(1 + 0,0201)^1$	26.088
2018	$Q_n = 25.574(1 + 0,0201)^2$	26.612
2019	$Q_n = 25.574(1 + 0,0201)^3$	27.147
2020	$Q_n = 25.574(1 + 0,0201)^4$	27.693
2021	$Q_n = 25.574(1 + 0,0201)^5$	28.249

Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Una vez aplicada la ecuación, se determina que en el año 2017 la demanda será de 26.088 y en el año 2021 será de 28.249 evidenciándose un crecimiento anual de la demanda de servicios turísticos.

3.5 Oferta

Hablamos de oferta a la cantidad de bienes y servicios que las empresas u oferentes están dispuestos a colocar en el mercado a un precio determinado para que sean adquiridos por los demandantes.

3.5.1 Análisis oferta

Para analizar la oferta del proyecto, se realizó entrevistas a las operadoras de turismo ubicadas en el cantón Huaquillas, de lo cual se puede indicar que:

- Los servicios turísticos que ofrecen son realizados dentro y fuera del cantón y la provincia.
- Se realizan tours de forma semanal, mensual y en días feriados.
- Las personas que hacen uso del servicio son turistas nacionales y extranjeros.
- Los tours incluyen en su paquete turístico alimentación, hospedaje, transporte, guías.
- El precio del tour Full Day oscila entre 25 a 40 dólares.
- Se realizan descuentos a personas de la tercera edad, estudiantes y de acuerdo al número de personas.
- El personal de las operadoras es calificado en turismo.
- Las redes sociales es el medio por donde hacen conocer su servicio.
- El número promedio de personas que adquieren un paquete turístico oscila entre 40 a 100 semanalmente.
- Se cuenta con aliados estratégicos para ofrecer un servicio completo.

3.5.2 Oferta actual

Tabla 36 Oferta actual

Año	Operadora	Servicio semanal	Promedio	Frecuencia	Oferta actual
	Turisfrosur	De 20 a 40 personas	30		1.560
2016	EcoMangle Travel and Tours	De 30 a 60 personas	45	52	2.340
	Hefz Tour Ltda.	De 30 a 80 personas	55		2.860

Agencia de viajes Socviajes S.A	De 40 a 80 personas	60	3.120
Operadora Perú	De 80 a 100 personas	90	4.680
TOTAL		280	14.560

Fuente: Entrevista
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Una vez efectuados los cálculos, se determina que la oferta del año 2016 referente a servicios turísticos es de 14.560.

3.5.3 Proyección de la oferta

La proyección de la oferta es elaborado en base a la tasa de crecimiento poblacional del cantón Huaquillas ubicada en el Plan de Ordenamiento Territorial de este sector, el cual es del 2.01%.

La oferta proyectada se calcula mediante la siguiente ecuación:

$$Q_n = Q_0(1 + i)^n$$

Donde:

Q_n = oferta futura

Q_0 = oferta inicial

i = % de crecimiento poblacional

n = año proyectado

Tabla 37 Proyección Oferta

Año	Aplicación de la fórmula	Oferta servicio turístico
2017	$Qn = 14.560(1 + 0,0201)^1$	14.853
2018	$Qn = 14.560(1 + 0,0201)^2$	15.151
2019	$Qn = 14.560(1 + 0,0201)^3$	15.456
2020	$Qn = 14.560(1 + 0,0201)^4$	15.766
2021	$Qn = 14.560(1 + 0,0201)^5$	16.083

Elaborado por: El Autor
Año: 2016

De acuerdo al cálculo realizado se estima que la oferta de servicios turísticos en el año 2017 será de 14.853 y en el año 2021 será de 16.083 evidenciándose un crecimiento acorde a la realidad.

3.6 Demanda insatisfecha

Luego de efectuar la proyección de demanda y oferta se logra establecer la demanda insatisfecha de servicios turísticos calculados de la siguiente manera:

Tabla 38 Demanda insatisfecha

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda insatisfecha
2017	26.088	14.853	11.235
2018	26.612	15.151	11.461
2019	27.147	15.456	11.691
2020	27.693	15.766	11.926
2021	28.249	16.083	12.166

Elaborado por: El Autor
Año: 2016

En base a los resultados se puede apreciar que existe un mercado considerable a satisfacer de servicios turísticos evidenciándose una ventaja para la creación de una operadora de turismo y captar ese mercado.

3.7 Demanda a captar por el proyecto

La demanda a captar por el proyecto está determinada según la capacidad del proyecto para lo cual se ha determinado cubrir el 48,73% de la demanda a satisfacer:

Tabla 39 Demanda a captar

Año	Demanda insatisfecha	% Demanda a captar	Demanda a satisfacer
2017	11.235		5.475
2018	11.461		5.585
2019	11.691	48,73%	5.697
2020	11.926		5.812
2021	12.166		5.929

Elaborado por: El Autor
Año: 2016

3.8 Precios

Para establecer los precios, se realizó una entrevista a operadoras de turismo ubicadas en el cantón Huaquillas, quienes nos indicaron que el precio de un paquete turístico depende de factores como número de personas, servicios adicionales, destino, duración del tour. Según información obtenida se establece que:

Tabla 40 Precios competencia

Tour	Turifrosur	EcoMangle Travel and Tours	Operadora Perú	Hefz Tour Ltda.	Agencia de viajes Socviajes S.A
Full Day	40,00	30,00	30,00	30,00	30,00
Full Day educativo	30,00	25,00	30,00	27,00	25,00
2 días 1 noche	180,00	162,00	170,00	180,00	175,00

Fuente: Entrevista
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 41 Precio promedio

Tour	Precio promedio
Full Day	\$ 32,00
Full Day educativo	\$ 27,40
2 días 1 noche	\$ 173,40

Elaborado por: El Autor
Año: 2016

3.8.1 Proyección de precios

Para establecer la proyección de precios se toma en cuenta la tasa de inflación acumulada del mes de diciembre del año 2016:

Tabla 42 Inflación 2016

Año	Tasa de inflación anual
2016	1,12%

Fuente: Banco Central
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Una vez establecida la tasa de inflación se procede a proyectar los precios mediante la siguiente ecuación:

$$Pp = Po(1 + i)^n$$

Donde:

Pp= precio proyectado

Po= precio inicial

i= % de inflación

n= año proyectado

Tabla 43 Proyección Precio Full Day

Año	Aplicación de la fórmula	Oferta servicio turístico
2017	$Pp = 32,00(1 + 0,0112)^1$	32,36
2018	$Pp = 32,00(1 + 0,0112)^2$	32,72
2019	$Pp = 32,00(1 + 0,0112)^3$	33,09
2020	$Pp = 32,00(1 + 0,0112)^4$	33,46
2021	$Pp = 32,00(1 + 0,0112)^5$	33,83

Fuente: Entrevista
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 44 Proyección Precio Full Day Educativo

Año	Aplicación de la fórmula	Oferta servicio turístico
2017	$Pp = 27,40(1 + 0,0112)^1$	27,71
2018	$Pp = 27,40(1 + 0,0112)^2$	28,02
2019	$Pp = 27,40(1 + 0,0112)^3$	28,33
2020	$Pp = 27,40(1 + 0,0112)^4$	28,65
2021	$Pp = 27,40(1 + 0,0112)^5$	28,97

Fuente: Entrevista
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 45 Proyección Precio 2 Días 1 Noche

Año	Aplicación de la fórmula	Oferta servicio turístico
2017	$Pp = 173,40(1 + 0,0112)^1$	175,34
2018	$Pp = 173,40(1 + 0,0112)^2$	177,31
2019	$Pp = 173,40(1 + 0,0112)^3$	179,29
2020	$Pp = 173,40(1 + 0,0112)^4$	181,30
2021	$Pp = 173,40(1 + 0,0112)^5$	183,33

Fuente: Entrevista
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

3.9 Comercialización

Para lograr el captar clientes la operadora de turismo establece:

Canal de distribución

Directo.- Operadora-Consumidor final

Indirecto.- Operadora-intermediario-consumidor final.

(Operadora-restaurantes, hoteles, unidades educativas).

Las estrategias del marketing utilizadas para estos paquetes son las siguientes:

Promoción

Se ha establecido que por la compra de dos paquetes Full Day para adultos, un niño menor de 12 años tiene el 50% de descuento.

Por la compra de un paquete familiar de 5 personas se otorgará una postal fotográfica gratis.

Se entregarán camisetas gratis, postales, vasos con el logo tipo de la operadora.

Descuentos

Se otorgará hasta máximo el 20% de descuento dependiendo del paquete turístico adquirido a:

Personas de la tercera edad, niños menores a 12 años, grupos de estudiantes y personas que adquieran paquetes turísticos mayores a 2 días.

Convenios entidades educativas.

Se establecerán alianzas estratégicas con unidades educativas para promocionar el paquete turístico Full Day educativo.

Publicidad

Se realizará la oferta de nuestros servicios en páginas web, redes sociales y radio además se participará en redes de negocios para promocionar y dar a conocer los paquetes turísticos y tours que se efectúan.

CAPITULO IV

4. Estudio Técnico

El presente capítulo indica la localización óptima, identifica los recursos materiales y humanos que son necesarios para poner en ejecución la Operadora de Turismo, detalla los procesos operativos que ejecutará la empresa en la prestación de servicios turísticos así como también indica la distribución de la empresa, muestra el detalle de la inversión requerida.

4.1 Objetivos

4.1.1 Objetivo general

Desarrollar el estudio técnico con la finalidad de analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para brindar un servicio de calidad.

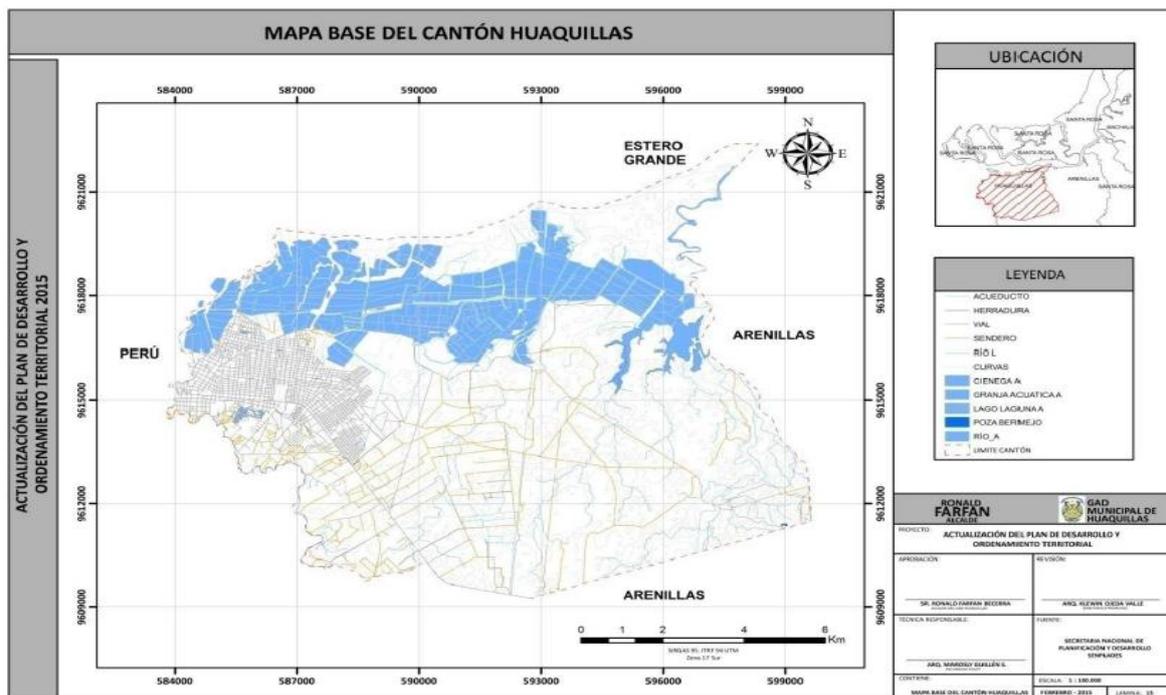
4.1.2 Objetivos específicos

Determinar la localización óptima donde se establecerá la Operadora de Turismo, tomando en cuenta la accesibilidad a recursos materiales, humanos y tecnológicos con el fin de lograr la máxima afluencia de clientes y potencializar nuestra rentabilidad.

Analizar el tamaño óptimo, instalaciones, recursos materiales y humanos necesarios que la empresa necesita para operar en el mercado y así lograr la comodidad y satisfacción de nuestros clientes.

Identificar el requerimiento de recursos económicos para poner en marcha la empresa, a través de líneas de créditos dirigidas al sector turístico.

Gráfico 20 Mapa Cantón Huaquillas



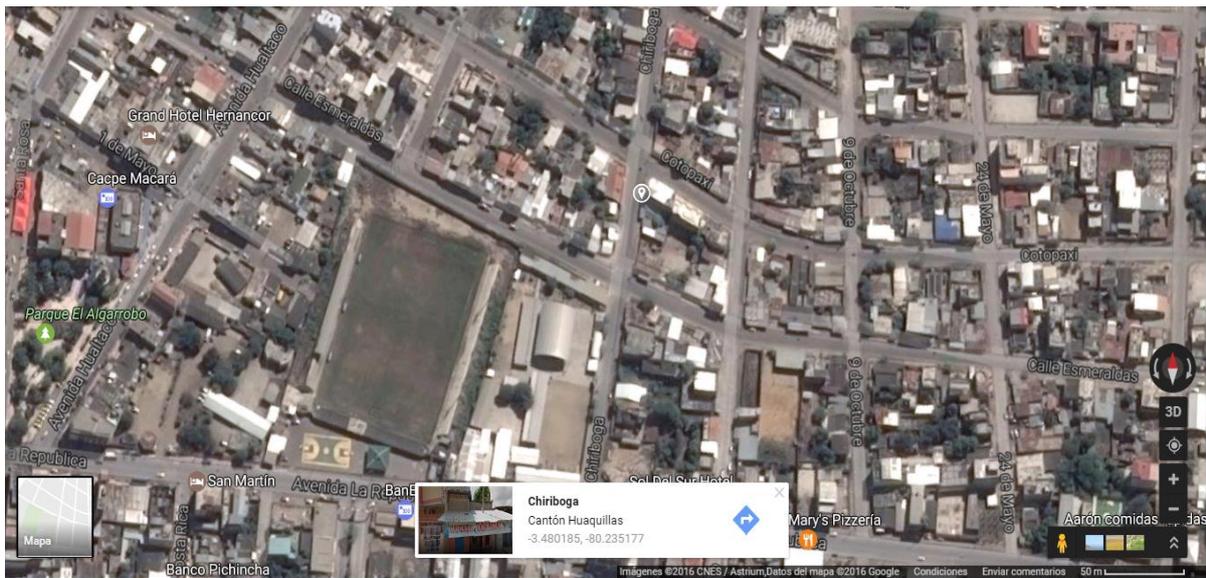
Fuente: PDYOT Huaquillas
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.2.2 Micro localización

La micro localización comprende el punto exacto donde se ubicará la operadora de turismo, identificando la fácil accesibilidad a recursos materiales, servicios públicos, vías de acceso y de comunicación.

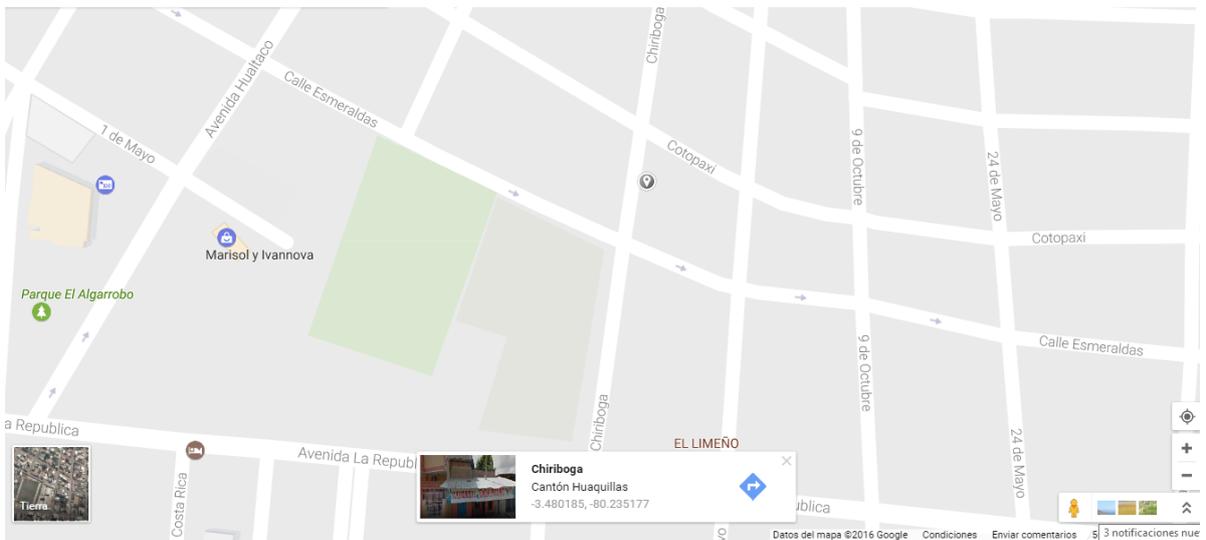
La operadora de turismo se ubicará en el cantón Huaquillas a dos cuadras del centro de la ciudad, en la calle Chiriboga N°104 entre Esmeraldas y Cotopaxi.

Gráfico 21 Croquis Satelital



Fuente: Google Maps
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

Gráfico 22 Croquis



Fuente: Google Maps
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

4.3 Ingeniería del proyecto

La ingeniería del proyecto será establecida mediante el análisis de factores como: infraestructura, tecnología, materia prima, mano de obra, etc.

4.3.1 Distribución de las instalaciones

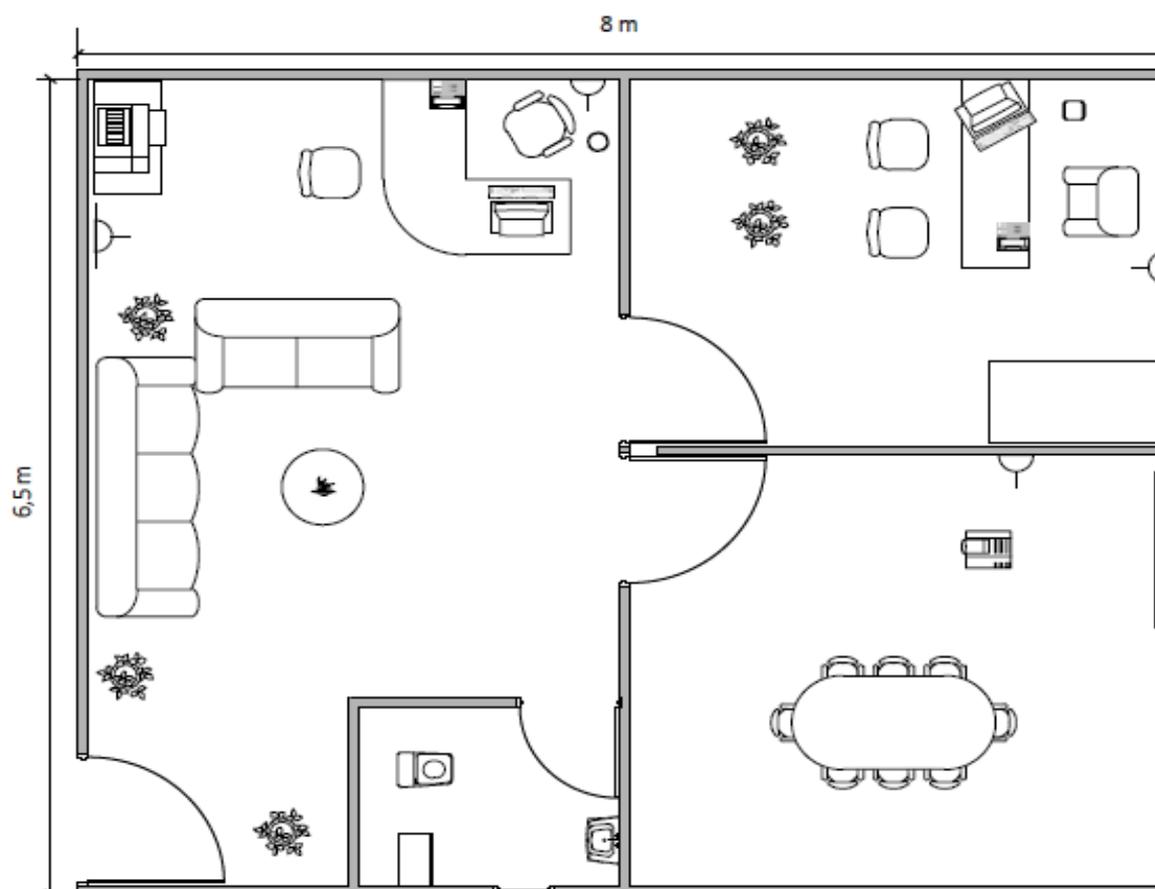
La oficina para desarrollar el presente proyecto estará diseñada y distribuida de acuerdo a las necesidades de la operadora de turismo, la cual se desempeñará en un área total de 52 m² compuesta de la siguiente manera:

Tabla 46 Distribución de las instalaciones

Área	Ambientes	Cantidad	Distribución m2
Recepción	Sala de espera	1	15
Administración	Oficinas	2	20
Áreas adicionales	Sala de reuniones	1	14
	Baño	1	3
Área total			52

Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Gráfico 23 Distribución de la oficina



Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.4 Tamaño del proyecto

El tamaño del proyecto representa el número de servicios turísticos que la operadora de turismo podrá ofrecer a la demanda, la capacidad será considerada de lunes a domingo y el personal trabajará de forma rotativa.

Para poder establecer el tamaño del proyecto se consideró el tiempo de duración del paquete turístico Full Day y Full Day educativo el cual es de 6 horas aproximadamente comprendido en el horario de 08h00 y 15h00 tiempo estimado tomando en cuenta el recorrido que se efectuará, además de ello se analizó la capacidad de personas según el número de asientos el cual es de 15 personas por bote, cubriendo así un 48,73% de la demanda insatisfecha.

4.4.1 Disponibilidad de materia prima

La materia prima de los servicios turísticos fue establecida tomando en cuenta los servicios que se necesitarán para poder realizar la prestación del servicio el cual está comprendido de acuerdo al paquete turístico y son: alimentación, transporte, hospedaje, servicios que serán adquiridos mediante alianzas estratégicas con hoteles, restaurantes, y servicios de furgonetas.

Ante esto es preciso indicar que el cantón Huaquillas al ser una ciudad comercial debido al paso fronterizo cuenta con proveedores de todos los servicios que serán necesarios para la prestación del servicio turístico.

4.4.2 Disponibilidad de mano de obra

En la actualidad gracias a las capacitaciones efectuadas por la Dirección de turismo el cantón Huaquillas se cuenta con personal calificado para realizar la guía turística a estudiantes, extranjeros y demanda nacional.

4.4.3 Disponibilidad de vías de acceso

Para realizar la prestación del servicio turístico ya sea este efectuado por vía fluvial o terrestre, se puede precisar que el cantón Huaquillas cuenta con vías adecuadas para realizar el ingreso, recorridos turísticos y salida de ciudadanos nacionales y extranjeros.

4.4.4 Disponibilidad de financiamiento

Para la implementación de la operadora de turismo es preciso contar con un capital moderado para cubrir cada una de las necesidades que se presenten, este capital será obtenido una vez cumplidos cada uno de sus requisitos en la Corporación Financiera Nacional, cuya institución no ofrece una tasa de interés del 11% a un plazo de 5 años, el monto máximo que se puede solicitar para este tipo de proyectos es de 50.000 dólares.

4.5 Capacidad instalada

La capacidad instalada fue establecida de acuerdo al tamaño del proyecto y en base a los paquetes turísticos que se van a prestar, el paquete turístico Full Day y Full Day Educativo fue analizado de acuerdo al número de asientos que tiene un bote fluvial el mismo que es de 15 personas, en una duración de 6 horas aproximadamente y en una operación de días establecidos, esto es debido a que no todos los días se tendrá estudiantes que adquieran el paquete turístico. Por otro lado el paquete turístico 2 Días 1 Noche, se efectuará tomando en cuenta el número de feriados al año, por un promedio de 10 personas.

Tabla 47 Número de feriados

Número de feriados	Mes	Descripción
1	Enero	Año nuevo
1	Febrero	Carnaval
1	Marzo	Viernes Santo
2	Mayo	Día trabajo y Batalla de pichincha
1	Agosto	Grito Independencia
1	Octubre	Independencia de Guayaquil
1	Noviembre	Difuntos, Independencia
1	Diciembre	Navidad
1	Feriado local	Cantonización Huaquillas
10		Total feriados

Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Se consideró tomar en cuenta la nueva Ley de Feriados aprobada en el año 2016, ya que debido a la gran afluencia de demandantes en estos días, la Operadora de Turismo puede lograr mejorar sus ingresos económicos.

Tabla 48 Capacidad instalada

Servicio	Paquete turístico	Capacidad máxima Nro. Paquetes	Clientes al mes	Clientes al año
Turismo ecológico	Full Day	15	225	2.700
	Full Day Educativo	15	180	2.160
	2 Días 1 Noche	10	8	100
	Total	40	413	4.960

Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.6 Diseño del proceso operativo

Para establecer el proceso operativo del servicio turístico a ofertar se toma en cuenta desde la solicitud de adquisición del servicio hasta la finalización del servicio.

4.6.1 Simbología

Para el diseño del proceso operativo se establece tomar en cuenta la simbología de la norma ANSI de diagramación administrativa.

Tabla 49 Simbología

Símbolo	Representa
	Inicio o término
	Actividad
	Documento
	Decisión o alternativa
	Archivo
	Conector de página
	Conector

Fuente: (Flanklin, 2014)
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

A continuación se presenta el flujogramas de procesos que se van a ejecutar en el área operativa.

Gráfico 24 Flujograma proceso venta

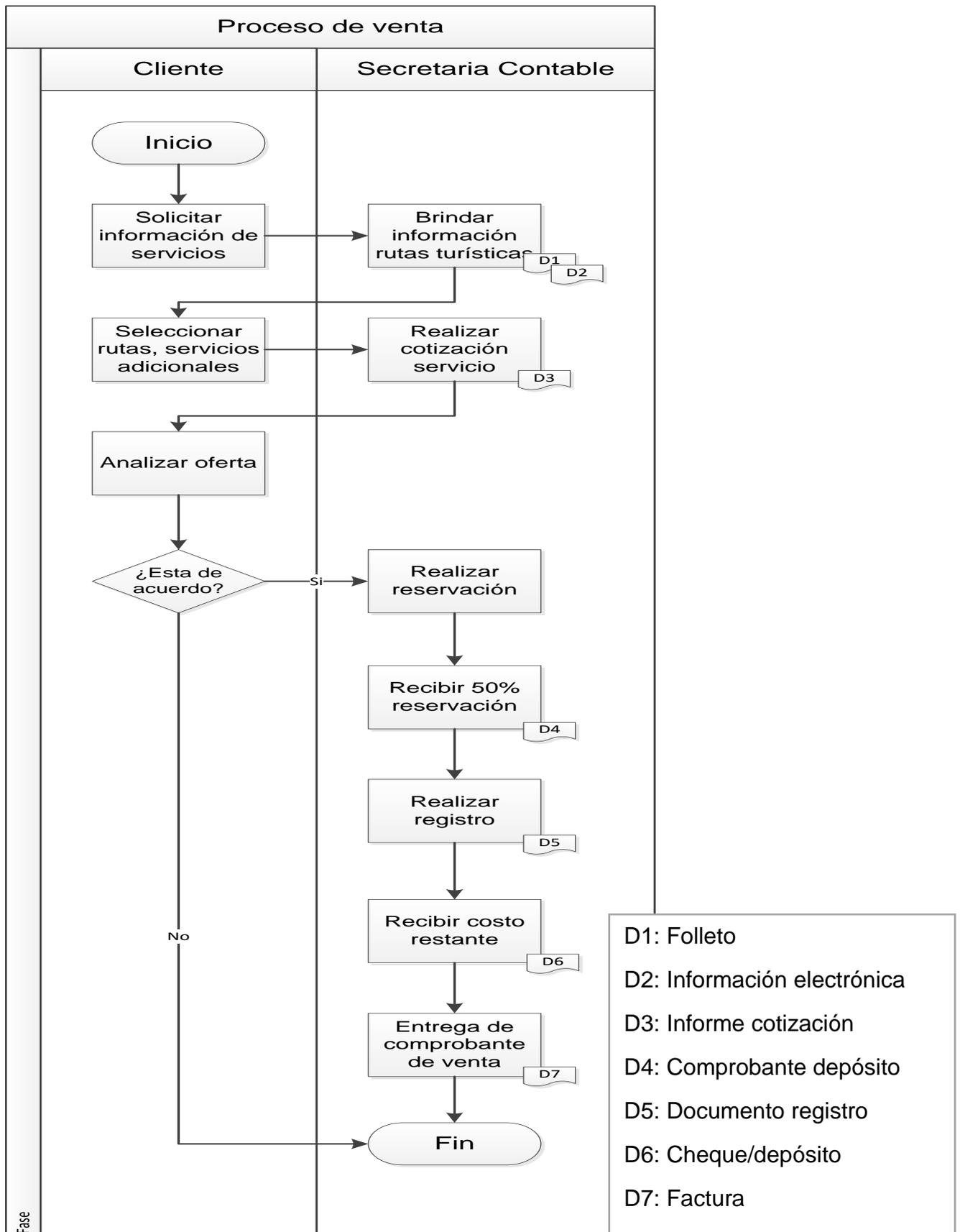


Gráfico 25 Flujoograma proceso contratación servicio transporte

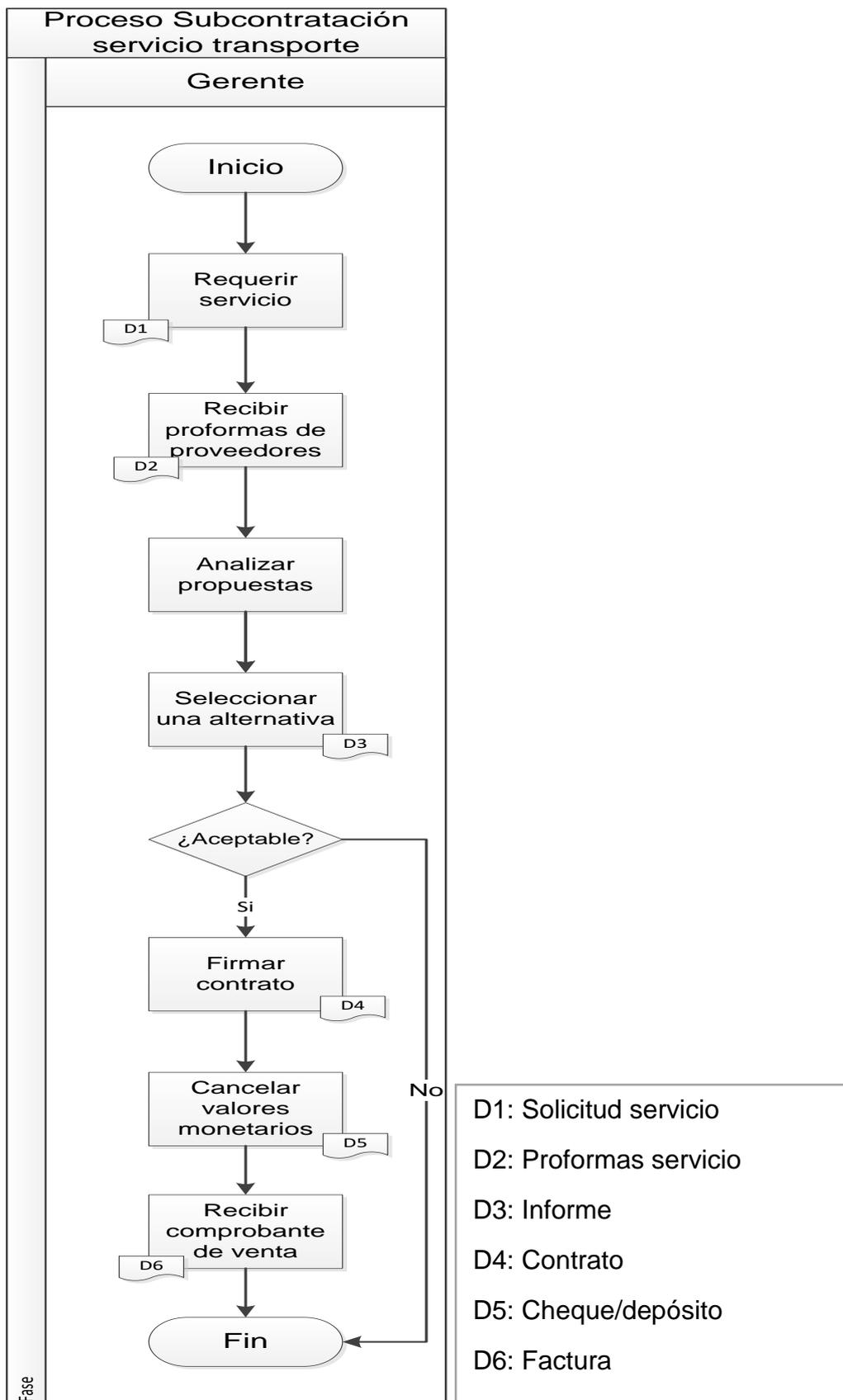
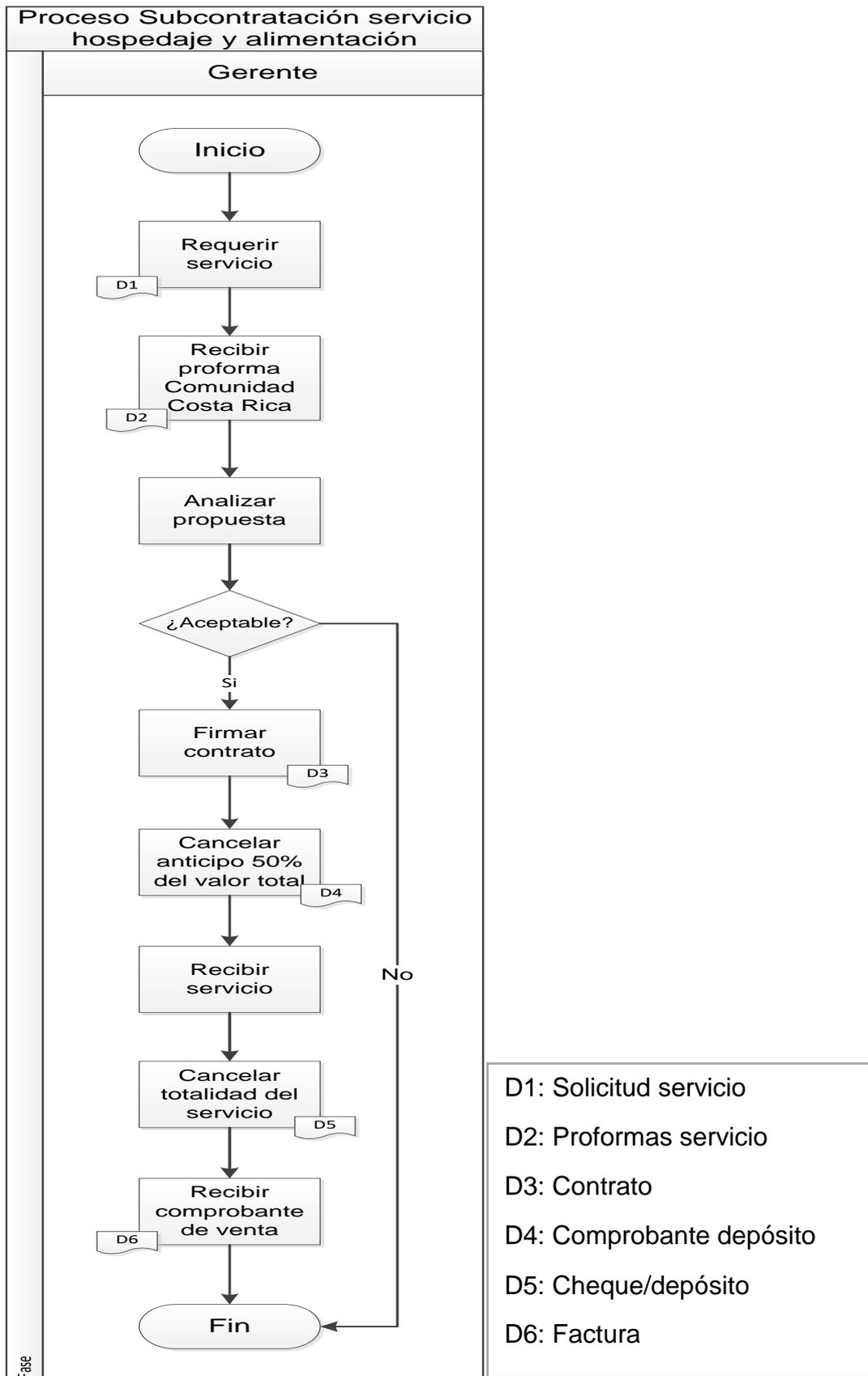


Gráfico 26 Flujograma proceso contratación servicio hospedaje y alimentación



4.7 Requerimiento de equipos

Para realizar la prestación del servicio turístico se ha tomado en consideración los equipos tales como:

4.7.1 Activos Fijos

Corresponden a aquellos equipos necesarios para el funcionamiento de la operadora de turismo

4.7.1.1 Activos depreciables

Considerados como aquellos que pierden su valor de origen por el transcurso del tiempo.

1. Edificio

El edificio en el cual funcionará la Operadora de Turismo es propio brindado en herencia, el valor de este inmueble fue determinado por el Avalúo catastral del Municipio.

Tabla 50 Edificio

Detalle	Valor
Edificio	20.835

Fuente: Municipio Huaquillas
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

2. Muebles y Enseres

Se determinó la adquisición de los siguientes muebles y enseres para adecuar la oficina de recepción, gerencia, sala de reuniones:

Tabla 51 Muebles y Enseres

Detalle	Cantidad	Precio/u	Subtotal	IVA 14%	Valor total
Escritorio melamina	2	157,89	315,79	44,21	360,00
Sillas de oficina	2	157,89	315,79	44,21	360,00
Juego de sala para recepción	1	1.052,63	1052,63	147,37	1200,00
Archivador metálico	1	140,35	140,35	19,65	160,00
Sillas de espera	3	26,32	78,95	11,05	90,00
Sala de reuniones 8 puestos	1	350,88	350,88	49,12	400,00
División de oficinas	17	70,18	1.192,98	167,02	1.360,00
TOTAL			2.254,38	315,61	3.930,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

3. Equipo de cómputo

Se determinó adquirir 2 computadoras con una impresora para la instalación de una oficina de gerencia y una oficina de secretaría.

Tabla 52 Equipo de cómputo

Detalle	Cantidad	Precio/u	Subtotal	IVA 14%	Valor total
Computador INTEL CORE I3	2	656,08	1312,16	183,70	1.495,86
Impresora EPSON L375	1	232,46	232,46	32,54	265,00
Proyector LED 2600 Lumens	1	259,65	259,65	36,35	296,00
TOTAL			1804,26	252,60	2.056,87

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4. Vehículos

Se estableció adquirir un bote fluvial para desempeñar la actividad del servicio turístico.

Tabla 53 Vehículos

Detalle	Cantidad	Precio/u	Subtotal	IVA 14%	Valor total
Bote marítimo	1	6.578,95	6578,95	921,05	7.500,00
Motor 75HP pata larga	1	6.578,95	6578,95	921,05	7.500,00
TOTAL			13157,89	1842,11	15.000,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5. Equipo de oficina

Tabla 54 Equipo de oficina

Detalle	Cantidad	Precio/u	Subtotal	IVA 14%	Valor total
Teléfono	2	43,86	87,72	12,28	100,00
TOTAL			87,72	12,28	100,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.7.2 Resumen de activos fijos

Tabla 55 Resumen activos fijos

Descripción	Valor total
Edificio	20.835,00
Muebles y enseres	3.930,00
Equipo de oficina	100,00
Vehículos	15.000,00
Equipo de computo	2.056,87
Total	41.921,86

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.8 Determinación materia prima directa

Al ser un servicio turístico, se ha tomado en consideración que la materia prima corresponde a aquellas actividades comerciales e insumos que forman parte de la prestación del servicio entre los cuales se incluyen alimentación, transporte, hospedaje, estos datos fueron determinados mediante alianzas estratégicas que se efectuarán con proveedores de servicios. Los servicios que se ofrecerán son:

Tabla 56 Materia prima Full Day

Full Day por persona	
Rubro	Precio
Alimentación	5,50
Transporte	1,67
Total	7,17

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2017

Tabla 57 Materia prima Full Day Educativo

Full Day Educativo	
Rubro	Precio
Alimentación	1,50
Transporte	1,67
Total	3,17

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2017

Tabla 58 Materia prima 2 Días 1 Noche

2 Días 1 Noche	
Rubro	Precio
Alimentación	14,00
Transporte	4,00
Hospedaje	4,00
Total	22,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2017

Tabla 59 Determinación Materia Prima

Rubro		Año Base 2016			
Full Day	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	
Alimentación	Unidades	2.700	5,50	14.850,00	
Transporte	Unidades	2.700	1,67	4.500,00	
Subtotal				19.350,00	
Full Day educativo	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	
Alimentación	Unidades	2.160	1,50	3.240,00	
Transporte	Unidades	2.160	1,67	3.600,00	
Subtotal				6.840,00	
2 Días 1 Noche	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	
Alimentación	Unidades	100	14,00	1.400,00	
Transporte	Unidades	100	4,00	400,00	
Hospedaje	Unidades	100	4,00	400,00	
Subtotal				800,00	
Total Materia Prima				26.990,00	

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

4.9 Determinación de mano de obra

La mano de obra corresponde a la nómina de personal administrativo y operativo que es necesario contratar para que el servicio turístico a ofertar sea eficiente y cumpla con las exigencias de la demanda. A continuación se presenta el personal con el que contará la operadora de turismo.

Tabla 60 Determinación Mano de obra

Rubro	Año 2016			
	Gerente	Secretaria-Contadora	Guía Turístico	Chofer bote
Sueldo	6.000,00	5.400,00	8.784,00	4.392,00
Aporte patronal		656,10	1.067,26	533,63
Décimo Tercero		450,00	732,00	366,00
Décimo Cuarto		366,00	732,00	366,00
Fondos de reserva		0,00	0,00	0,00
Vacaciones		225,00	366,00	183,00
Total	6.000,00	7.097,10	11.681,26	5.840,63

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

Tabla 61 Mano de obra directa

Año Base 2016		
Cargo	Cantidad	Sueldo
Guía Turístico	2	366,00
Chofer bote	1	366,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2017

Una vez determinada la mano de obra directa del proyecto, se estableció los siguientes beneficios sociales en base al cumplimiento del Código de Trabajo.

Tabla 62 Nómina mano de obra

Rubro	Año 2016	
	Guía Turístico	Chofer bote
Sueldo	8.784,00	4.392,00
Aporte patronal	1.067,26	533,63
Décimo Tercero	732,00	366,00
Décimo Cuarto	732,00	366,00
Fondos de reserva	0,00	0,00
Vacaciones	0,00	0,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.10 Determinación de los CIF

Los Costos indirectos de fabricación constituyen aquellos rubros diferentes a la materia prima y mano de obra que no son fácilmente identificables en el bien o servicio, pero que están asociados para obtener el producto final.

Tabla 63 Determinación Costos indirectos de fabricación

CIF		Año Base 2016			
Full Day	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	
Aceite de motor	Unidades	2.700	0,33	900,00	
Gasolina	Unidades	2.700	2,40	6.480,00	
Postal fotográfica	Unidades	2.700	3,00	8.100,00	
Entradas	Unidades	2.700	2,00	5.400,00	
Subtotal				20.880,00	
Full Day educativo	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	
Aceite de motor	Unidades	2.160	0,33	720,00	
Gasolina	Unidades	2.160	2,40	5.184,00	
Postal fotográfica	Unidades	2.160	3,00	6.480,00	
Entradas	Unidades	2.160	2,00	4.320,00	
Subtotal				16.704,00	
2 Días 1 Noche	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit.	Precio Total	
Aceite de motor	Unidades	100	0,50	50,00	
Gasolina	Unidades	100	3,60	360,00	
Postal fotográfica	Unidades	100	3,00	300,00	
Entradas	Unidades	100	7,00	700,00	
Subtotal				1.410,00	
Total CIF				38.994,00	

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

4.11 Determinación Gastos Administrativos

Los gastos administrativos constituyen aquellos rubros que están directamente relacionados con la operación administrativa de la operadora de turismo.

Tabla 64 Determinación Gastos Administrativos

Cargo	Cantidad	Sueldo mensual	Sueldo anual
Gerente	1	500,00	6.000,00
Secretaria contable	1	450,00	5.400,00
Total		950,00	11.400,00

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

Tabla 65 Nómina administrativa

Rubro	Año 2016	
	Gerente	Secretaria-Contadora
Sueldo	6.000,00	5.400,00
Aporte patronal		656,10
Décimo Tercero		450,00
Décimo Cuarto		366,00
Fondos de reserva		0,00
Vacaciones		0,00
Total	6.000,00	6.872,10

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 66 Servicios básicos

Rubro	Precio Unit.	Valor IVA	Total	Número de meses	Año Base 2016
Agua	6,00	0,00	6,00	12	72,00
Luz	6,00	0,00	6,00		72,00
Teléfono	6,20	0,87	7,07		84,82
Internet	18,00	2,52	20,52		246,24
Total	36,20	3,39	39,59		475,06

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 67 Útiles de oficina

Rubro	Año Base 2016
Suministros	
Resmas Papel Bond	50,00
Esferográficos	25,00
Factureros	30,00
Cartuchos de tinta	50,00
Herramientas	
Calculadora	40,00
Grapadora	20,00
Perforadora	20,00
Otros	
Mantenimiento	200,00
Total	435,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.12 Determinación Gastos de Ventas

Los gastos de ventas representan las erogaciones de efectivo directamente relacionados con operaciones para lograr la venta y promoción del servicio.

Tabla 68 Determinación Gastos de Ventas

Rubro	Año Base 2016
<u>Publicidad por radio</u>	
Consumo mensual	360,00
Meses	12
Total	4.320,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.13 Determinación de Gastos de constitución

Los gastos de constitución forman parte de los activos diferidos, estos son todos aquellos necesarios para la puesta en marcha de una operadora de turismo constituyéndose por permisos, patentes, trámites legales.

Tabla 69 Determinación Gastos de constitución

Descripción	Valor
Patente municipal	35,00
Permiso funcionamiento Bomberos	41,20
Licencia funcionamiento Operadora de Turismo	101,38
Licencia funcionamiento de transporte fluvial	76,86
Total	254,44

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2017

4.14 Capital de trabajo

El capital de trabajo es aquél monto monetario o activo corriente necesario para que la operadora de turismo pueda operar en el corto plazo. Este rubro está compuesto por materia prima, mano de obra, costos indirectos de fabricación, gastos administrativos y de ventas.

Tabla 70 Capital de trabajo

Descripción	Valor anual
Materia Prima	26.990,00
Mano de obra	16.972,88
CIF	38.994,00
Gastos Administrativos	13.782,16
Gastos de ventas	4.320,00
Capital de trabajo anual	101.059,04
Capital de trabajo 2 meses	16.612,44

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.15 Inversión total

La inversión de un proyecto corresponde al valor total de recursos económicos para poner en marcha una empresa, a continuación se detalle la inversión requerida:

Tabla 71 Inversión total

Descripción	Valor anual
Activos Fijos	41.921,86
Activos Diferidos	254,44
Capital de Trabajo	16.612,44
Total Inversión	58.788,75

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

4.16 Financiamiento

Se financiará el 40% de la inversión total con recursos propios, mientras que el 70% restante será cubierto mediante un crédito solicitado a la Corporación Financiera Nacional, cuya tasa de interés es de 11%, se escogió esta institución debido a que ésta brinda la tasa más baja del mercado en cuanto a proyectos de inversión.

Tabla 72 Financiamiento

Descripción	Valor	Porcentaje
Inversión Propia	23.515,50	40%
Inversión Financiada	35.273,25	60%
Total	58.788,75	100%

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

CAPÍTULO V

5. Estudio Financiero

5.1 Ingresos

En este proyecto la determinación de los ingresos está determinado por la venta de paquetes turísticos tales como Full Day, Full Day Educativo y 2 Días 1 Noche, para obtener este dato es necesario multiplicar la cantidad de servicios turísticos estimados a ser vendidos por el precio de venta de cada uno de ellos.

5.1.1 Cantidad de ventas

La proyección de ventas se obtuvo mediante la tasa de crecimiento poblacional del cantón Huaquillas obtenida del Plan de Desarrollo y Ordenamiento Territorial la cual es de 2,01%.

Tabla 73 Cantidad de ventas

Paquete Turístico	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Full Day	2.700	2.754	2.810	2.866	2.924	2.982
Full Day Educativo	2.160	2.203	2.248	2.293	2.339	2.386
2 Días 1 Noche	100	102	104	106	108	110
Total	4.960	5.059	5.162	5.265	5.371	5.478

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.1.2 Precio de venta

El precio de venta de los paquetes turísticos a ofertar fue determinado mediante la sumatoria de los costos de producción más gastos administrativos y de ventas divididas para el total de servicios turísticos obteniendo el costo por unidad (por persona), a este dato se le adiciono un porcentaje de utilidad logrando obtener el precio de venta requerido.

Tabla 74 Precio de venta Full Day

Full Day	
Descripción	Valor
Materia Prima	19.350,00
Mano de Obra	5.657,63
CIF	20.880,00
Gastos Administrativos	4.594,05
Gastos de Ventas	1.440,00
Total	51.921,68
Unidades	2.700
Costo unitario	19,00
Utilidad	29%
Precio de Venta	24,00

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

Tabla 75 Precio de venta Full Day Educativo

Full Day Educativo	
Descripción	Valor
Materia Prima	6.840,00
Mano de Obra	5.657,63
CIF	16.704,00
Gastos Administrativos	4.594,05
Gastos de Ventas	1.440,00
Total	35.235,68
Unidades	2.160
Costo unitario	16,00
Utilidad	29%
Precio de Venta	21,00

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

Tabla 76 Precio de venta 2 Días 1 Noche

2 Días 1 Noche	
Descripción	Valor
Materia Prima	800,00
Mano de Obra	5.657,63
CIF	1.410,00
Gastos Administrativos	4.594,05
Gastos de Ventas	1.440,00
Total	13.901,68
Unidades	100
Costo unitario	139,00
Utilidad	29%
Precio de Venta	179,00

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

Para la proyección del precio de venta de los servicios turísticos, se tomó en consideración la tasa de inflación acumulada a diciembre 2016 determinado por el Banco Central, la cual es de 1,12%.

Se utilizó la siguiente ecuación para proyectar el precio de venta:

$$P_p = P_o(1 + i)^n$$

Donde:

P_p= precio proyectado

P_o= precio inicial

i= % de inflación

n= año proyectado

$$P_p = 24,00(1 + 0,0112)^1$$

Tabla 77 Precio de venta proyectado

Paquete Turístico	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Full Day	24,00	24,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Full Day Educativo	21,00	21,00	21,00	22,00	22,00	22,00
2 Días 1 Noche	179,00	181,00	183,00	185,00	187,00	189,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

5.1.3 Ingresos proyectados

Los ingresos proyectados fueron determinados mediante la multiplicación de servicios turísticos por el precio de venta, para su proyección de uso la tasa de inflación acumulada del mes de diciembre del año 2016, un 1,12%.

Tabla 78 Ingresos proyectados

Paquete Turístico	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Full Day</u>						
Cantidad	2.700	2.754	2.810	2.866	2.924	2.982
Precio de Venta	24,00	24,00	25,00	25,00	25,00	25,00
Subtotal	64.800,00	66.096,00	70.250,00	71.650,00	73.100,00	74.550,00
<u>Full Day Educativo</u>						
Cantidad	2.160	2.203	2.248	2.293	2.339	2.386
Precio de Venta	21,00	21,00	21,00	22,00	22,00	22,00
Subtotal	45.360,00	46.263,00	47.208,00	50.446,00	51.458,00	52.492,00
<u>2 Días 1 Noche</u>						
Cantidad	100	102	104	106	108	110
Precio de Venta	179,00	181,00	183,00	185,00	187,00	189,00
Subtotal	17.900,00	18.462,00	19.032,00	19.610,00	20.196,00	20.790,00
Total	128.060,00	130.821,00	136.490,00	141.706,00	144.754,00	147.832,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

5.2 Egresos

Los egresos del proyecto constituyen los costos de producción, gastos administrativos y de venta necesarios para desarrollar la actividad operacional y administrativa de la operadora de turismo.

5.2.1 Costos de producción

Los costos de producción en este proyecto representan todos aquellos insumos o servicios que forman parte del producto final, se incluyen mano de obra, costos indirectos de fabricación, la determinación de los componentes de estos costos fueron determinados de acuerdo a la capacidad instalada establecida y para su proyección se toma en consideración la tasa de inflación correspondiente al año 2016, la cual es de 1,12% tasa determinada por el Banco Central.

5.2.1.1 Materia prima directa

Se consideró que la materia prima de la prestación de servicios turísticos la conforma la alimentación, transporte y hospedaje valores presentados a continuación:

Tabla 79 Costo materia prima Full Day

Full Day				
Descripción	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit	Precio Total
Alimentación	Unidades	2.700	5,50	14.850,00
Transporte	Unidades	2.700	1,67	4.500,00
Total				19.350,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 80 Costo materia prima Full Day Educativo

Full Day Educativo				
Descripción	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit	Precio Total
Alimentación	Unidades	2.160	1,50	3.240,00
Transporte	Unidades	2.160	1,67	3.600,00
Total				6.840,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 81 Costo materia prima 2 Días 1 Noche

2 Días 1 Noche				
Descripción	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit	Precio Total
Alimentación	Unidades	100	14,00	1.400,00
Transporte	Unidades	100	4,00	400,00
Hospedaje	Unidades	100	4,00	400,00
Total				800,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 82 Costo materia prima proyectada

Materia Prima Proyectada						
Descripción	Año Base	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Full Day	19.350,00	19.566,72	19.785,87	20.007,47	20.231,55	20.458,15
Full Day Educativo	6.840,00	6.916,61	6.994,07	7.072,41	7.151,62	7.231,72
2 Días 1 Noche	800,00	808,96	818,02	827,18	836,45	845,81
Total	26.990,00	27.292,29	27.597,96	27.907,06	28.219,62	28.535,68

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.1.2 Mano de obra directa

Dentro de este rubro, se consideró que la mano de obra directa representa todo el personal que tiene una interacción directa con el servicio, tal como el guía turístico y el chofer de bote, la proyección de sueldos se lo realizo tomando en cuenta la tasa de incremento salarial básico de los últimos cinco años:

Tabla 83 Tasa de incremento salarial

Años	SBU
2012	292,00
2013	318,00
2014	340,00
2015	354,00
2016	366,00
Tasa	5,81 %

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

$$CS = \sqrt[n-1]{\frac{\text{Último dato histórico}}{\text{Primer dato histórico}}} - 1 * 100$$

$$CS = \sqrt[5-1]{\frac{366}{292}} - 1 * 100$$

$$CS = \sqrt[4]{1,253424658} - 1 * 100$$

$$CS = 1,058094747 - 1 * 100$$

$$CS = 0,058094747 * 100$$

$$CS = 5,81\%$$

A continuación se presenta la proyección de sueldos de mano de obra directa de forma anual.

Tabla 84 Proyección sueldo Guía turístico

Rubro	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo	8.784,00	9.294,30	9.834,25	10.405,57	11.010,08	11.649,71
Aporte Patronal	1.067,26	1.129,26	1.194,86	1.264,28	1.337,72	1.415,44
Décimo Tercero	732,00	774,53	819,52	867,13	917,51	970,81
Décimo Cuarto	732,00	774,53	819,52	867,13	917,51	970,81
Fondo de Reserva		774,22	819,19	866,78	917,14	970,42
Vacaciones		387,26	409,76	433,57	458,75	485,40
TOTAL	11.315,26	13.134,09	13.897,11	14.704,46	15.558,71	16.462,59

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2017

Tabla 85 Proyección sueldo Chofer bote

Rubro	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo	4.392,00	4.647,15	4.917,13	5.202,79	5.505,04	5.824,86
Aporte Patronal	533,63	564,63	597,43	632,14	668,86	707,72
Décimo Tercero	366,00	387,26	409,76	433,57	458,75	485,40
Décimo Cuarto	366,00	387,26	409,76	433,57	458,75	485,40
Fondo de Reserva		387,11	409,60	433,39	458,57	485,21
Vacaciones		193,63	204,88	216,78	229,38	242,70
TOTAL	5.657,63	6.567,05	6.948,56	7.352,23	7.779,36	8.231,30

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

5.2.1.3 Costos indirectos de fabricación

Los costos indirectos de fabricación del servicio turístico se consideraron en este caso aquellos insumos necesario para poder completar la prestación del servicio, entre estos se encuentran el consumo de gasolina, aceite de motor, entradas y el costo de una postal fotográfica el cual será entregado a cada uno de las personas que adquieran la prestación.

Tabla 86 Costos indirectos de fabricación Full Day

Full Day				
Descripción	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit	Precio Total
Aceite de motor	Unidades	2.700	0,33	900,00
Gasolina	Unidades	2.700	2,40	6.480,00
Postal fotográfica	Unidades	2.700	3,00	8.100,00
Entradas	Unidades	2.700	2,00	5.400,00
	Total			20.880,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Tabla 87 Costos indirectos de fabricación Full Day Educativo

Full Day Educativo				
Descripción	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit	Precio Total
Aceite de motor	Unidades	2.160	0,33	720,00
Gasolina	Unidades	2.160	2,40	5.184,00
Postal fotográfica	Unidades	2.160	3,00	6.480,00
Entradas	Unidades	2.160	2,00	4.320,00
	Total			16.704,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 88 Costos indirectos de fabricación 2 Días 1 Noche

2 Días 1 Noche				
Descripción	Unid. Medida	Cantidad	Precio Unit	Precio Total
Aceite de motor	Unidades	100	0,50	50,00
Gasolina	Unidades	100	3,60	360,00
Postal fotográfica	Unidades	100	3,00	300,00
Entradas	Unidades	100	7,00	700,00
	Total			1.410,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 89 Costos indirectos de fabricación proyectados

CIF Proyectado						
Descripción	Año Base 2017	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Full Day	20.880,00	21.113,86	21.350,33	21.589,45	21.831,26	22.075,77
Full Day Educativo	16.704,00	16.891,08	17.080,26	17.271,56	17.465,01	17.660,61
2 Días 1 Noche	1.410,00	1.425,79	1.441,76	1.457,91	1.474,24	1.490,75
Total	38.994,00	39.430,73	39.872,36	40.318,93	40.770,50	41.227,13

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.2 Resumen de costos de producción proyectados

A continuación se presenta la proyección de cada uno de los componentes del costo de producción.

Tabla 90 Resumen costos de producción proyectados

Descripción	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Materia Prima	26.990,00	27.292,29	27.597,96	27.907,06	28.219,62	28.535,68
Mano de Obra Directa	16.972,88	19.701,14	20.845,67	22.056,69	23.338,07	24.693,89
Costos indirectos	38.994,00	39.430,73	39.872,36	40.318,93	40.770,50	41.227,13
Total	82.956,88	86.424,16	88.315,99	90.282,68	92.328,19	94.456,70

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.3 Gastos administrativos

Los gastos administrativos corresponden al pago de sueldos de la secretaria contable, la proyección de este rubro fue determinado con la tasa de incremento salarial calculada anteriormente 5,81%, la cual fue obtenida en base a datos históricos de salarios de los 5 años anteriores.

5.2.3.1 Gasto sueldo personal administrativo

Tabla 91 Gasto sueldo personal administrativo proyectado

Rubro	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldo	5.400,00	5.713,71	6.045,65	6.396,87	6.768,49	7.161,71
Aporte Patronal	656,10	694,22	734,55	777,22	822,37	870,15
Décimo Tercero	450,00	476,14	503,80	533,07	564,04	596,81
Décimo Cuarto	366,00	387,26	409,76	433,57	458,75	485,40
Fondo de Reserva	0,00	475,95	503,60	532,86	563,82	596,57
Vacaciones	0,00	238,07	251,90	266,54	282,02	298,40
TOTAL	6.872,10	7.271,33	7.693,76	8.140,73	8.613,66	9.114,07

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.3.2 Gasto Servicios básicos

Se han considerado un valor mínimo de gastos en servicios básicos del área administrativa, la proyección de estos rubros fueron determinados con la tasa de inflación del año 2016, 1,12%.

Tabla 92 Gastos servicios básicos proyectados

Rubro	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Agua	72,00	72,81	73,62	74,45	75,28	76,12
Luz	72,00	72,81	73,62	74,45	75,28	76,12
Teléfono	84,82	85,77	86,73	87,70	88,68	89,67
Internet	246,24	249,00	251,79	254,61	257,46	260,34
Total	475,06	480,38	485,76	491,20	496,70	502,26

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.3.3 Gasto Útiles de oficina

Para el desempeño de la parte administrativa se ha considerado algunos rubros tales como suministros, herramientas y mantenimiento, la siguiente tabla muestra la proyección estos gastos determinado mediante la tasa de inflación.

Tabla 93 Gasto útiles de oficina proyectado

Rubro	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<u>Suministros</u>						
Resmas Papel Bond	50,00	50,56	51,13	51,70	52,28	52,86
Esferográficos	25,00	25,28	25,56	25,85	26,14	26,43
Factureros	30,00	30,34	30,68	31,02	31,37	31,72
Cartuchos de tinta	50,00	50,56	51,13	51,70	52,28	52,86
<u>Herramientas</u>						
Calculadora	40,00	40,45	40,90	41,36	41,82	42,29
Grapadora	20,00	20,22	20,45	20,68	20,91	21,15
Perforadora	20,00	20,22	20,45	20,68	20,91	21,15
<u>Otros</u>						
Mantenimiento	200,00	202,24	204,51	206,80	209,11	211,45
Total	435,00	439,87	444,80	449,78	454,82	459,91

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.3.4 Gasto Servicios profesionales

Dentro de este ítem, se estableció el valor correspondiente al monto anual que se pagará por la prestación de servicios profesionales del Gerente de la Operadora de Turismo.

Tabla 94 Gasto servicios profesionales proyectado

Rubro	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Profesionales	6.000,00	6.252,48	6.515,58	6.789,76	7.075,47	7.373,21
TOTAL	6.000,00	6.252,48	6.515,58	6.789,76	7.075,47	7.373,21

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.4 Resumen gastos administrativos proyectados

En este punto se presenta el resumen consolidado de los gastos administrativos proyectados, valores que serán utilizados en cálculos posteriores.

Tabla 95 Resumen gastos administrativos proyectado

Descripción	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Servicios Profesionales	6.000,00	6.348,57	6.717,39	7.107,63	7.520,55	7.957,45
Sueldo administrativo	6.872,10	7.271,33	7.693,76	8.140,73	8.613,66	9.114,07
Útiles de oficina	435,00	439,87	444,80	449,78	454,82	459,91
Servicios Básicos	475,06	480,38	485,76	491,20	496,70	502,26
Total	13.782,16	14.540,15	15.341,70	16.189,34	17.085,72	18.033,69

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.5 Gastos de ventas

Los gastos de ventas corresponden a aquellos valores necesarios para lograr la venta de servicio turístico, a continuación se explicará que mecanismos se utilizarán.

5.2.5.1 Gasto publicidad

Se estableció desarrollar publicidad en redes sociales, este rubro no tiene ningún costo debido a que se considera ya en el valor del pago de internet, por otro lado se desarrollará publicidad por radio, este tendrá un costo de 10 dólares por cada cuña radial, ante esto se consideró realizar dos cuñas radiales diarias, por tres veces a la semana, la proyección de este valor fue determinado mediante la tasa de inflación 1,12% establecida por el Banco Central.

Tabla 96 Gasto publicidad proyectado

Rubro	Año Base 2016	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad por radio						
Consumo mensual	360,00	364,03	368,11	372,23	376,40	380,62
Meses	12	12	12	12	12	12
Total	4.320,00	4.368,38	4.417,31	4.466,78	4.516,81	4.567,40

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.6 Resumen gastos de ventas proyectados

La siguiente tabla representa el valor proyectado de gastos de ventas en los que incurrirá la Operadora de Turismo.

Tabla 97 Resumen gastos de venta proyectados

Descripción	Año Base 2017	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto publicidad	4.320,00	4.368,38	4.417,31	4.466,78	4.516,81	4.567,40
Total	4.320,00	4.368,38	4.417,31	4.466,78	4.516,81	4.567,40

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.7 Gastos depreciación y amortización

La deprecación es considerada como un gasto debido a la pérdida de valor que sufren los activos fijos por el paso del tiempo.

5.2.7.1 Depreciación activos fijos

Para el cálculo de la deprecación se consideró el valor de adquisición de cada rubro y los años de vida útil de cada activo fijo.

Tabla 98 Depreciación activos fijos

Activo Fijo	Valor	Vida Útil	Depreciación anual
Edificio	20.835,00	20	1.041,75
Muebles y Enseres	3.930,00	10	393,00
Equipo de Cómputo	2.056,87	3	685,62
Vehículo	15.000,00	5	3.000,00
Equipo de oficina	100,00	10	10,00
Total	41.921,86		5.130,37

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tabla 99 Gastos depreciación activos fijos anual

Activo fijo	Vida Útil	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Valor Residual
Edificio	20	1.041,75	1.041,75	1.041,75	1.041,75	1.041,75	15.626,25
Muebles y enseres	10	393,00	393,00	393,00	393,00	393,00	1.965,00
Equipo de oficina	10	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00	50,00
Vehículos	5	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	3.000,00	0,00
Equipo de cómputo	3	685,62	685,62	685,62	0,00	0,00	0,00
Total		5.130,37	5.130,37	5.130,37	4.444,75	4.444,75	17.641,25

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.2.7.2 Amortización activos diferidos

La siguiente tabla representa la amortización de los gastos de constitución necesarios para legalizar la Operadora de Turismo.

Tabla 100 Amortización activos diferidos

Rubro	Valor	% Amortización	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos constitución	254,44	20%	50,89	50,89	50,89	50,89	50,89
Total Activos Diferidos			50,89	50,89	50,89	50,89	50,89

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

5.2.8 Gastos financieros

Los gastos financieros representan los valores económicos que deberá pagar la Operadora de Turismo por el crédito financiero, el monto necesario para financiar los activos fijos y capital de trabajo es de 35.315,30, el cual será solicitado a la Corporación Financiera Nacional, a un plazo de 5 años con tasa de interés del 11%.

Tabla 101 Amortización préstamo anual

Nro.	VC	Interés	Abono Capital	Saldo Deudor
0				35.273,25
1	9.203,11	3.603,32	5.599,80	29.673,45
2	9.203,11	2.955,31	6.247,80	23.425,66
3	9.203,11	2.232,33	6.970,79	16.454,87
4	9.203,11	1.425,67	7.777,44	8.677,43
5	9.203,11	525,68	8.677,43	0,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

Tabla 102 Gastos financieros anual

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto Interés	3.603,32	2.955,31	2.232,33	1.425,67	525,68
Total	3.603,32	2.955,31	2.232,33	1.425,67	525,68

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

5.2.9 Resumen egresos proyectados

A continuación se presenta el resumen de egresos proyectados, datos que serán utilizados para facilidad de la elaboración del Estado de Resultados.

Tabla 103 Resumen egresos proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos de Producción	86.424,16	88.315,99	90.282,68	92.328,19	94.456,70
Gastos Administrativos	14.540,15	15.341,70	16.189,34	17.085,72	18.033,69
Gastos de Ventas	4.368,38	4.417,31	4.466,78	4.516,81	4.567,40
Gastos Financieros	3.603,32	2.955,31	2.232,33	1.425,67	525,68
Gasto Depreciación	5.130,37	5.130,37	5.130,37	4.444,75	4.444,75
Gasto Amortización	50,89	50,89	50,89	50,89	50,89
Total	114.066,38	116.160,68	118.301,50	119.801,15	122.028,22

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.3 Balances

5.3.1 Estado de situación financiera

El estado de situación financiera representa los rubros que en sus inicios manejará la Operadora de Turismo, así como también obligaciones financieras y patrimonio.

Tabla 104 Estado de situación financiera

Estado de Situación Financiera			
Activos		Pasivos	
<u>Activos Corrientes</u>			
Capital de Trabajo	16.612,44	Obligaciones a largo plazo	35.273,25
<u>Activos Fijos</u>		Total Pasivos	35.273,25
Edificio	20.835,00		
Muebles y Enseres	3.930,00		
Equipo de Oficina	100,00	Patrimonio	
Vehículos	15.000,00		
Equipo de Cómputo	2.056,87	Inversión Propia	23.515,50
<u>Activos Diferidos</u>		Total Patrimonio	23.515,50
Constitución	254,44		
Total Activos	58.788,75	Total Pasivos + Patrimonio	58.788,75

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

5.3.2 Estado de resultados proyectado

El estado de resultados proyectado muestra la información referente a ingresos y gastos que la Operadora de Turismo incurrirá para el desarrollo de sus operaciones. Para establecer el Estado de resultados fue necesario conocer en primera instancia el nivel de ventas expresado en términos monetarios durante los 5 primeros años, posteriormente se calcula los costos de producción detallados en materia prima, mano de obra, costos indirectos, la diferencia de estos rubros determina la utilidad bruta. A continuación se deducen gastos administrativos, ventas y financieros para saber la utilidad antes de 15% participación trabajadores. Descontado ya el porcentaje de participación trabajadores determinamos la utilidad antes de impuestos, este valor es ubicado de acuerdo al rango establecido en la tabla del impuesto a la renta definida por el Servicio de Rentas Internas, ver Anexo 3 para así conocer la fracción básica de este rubro la cual debe ser disminuida, multiplicar el porcentaje de impuesto excedente y finalmente sumar el valor de fracción básica, logrando así determinar la utilidad neta.

Cabe recalcar que la proyección de este Estado Financiero es elaborado en base a datos calculados anteriormente mediante la ecuación de proyección de crecimiento de interés simple, se toma en cuenta por un lado el porcentaje de inflación acumulada a diciembre de 2016 1,12% para determinar a precios y por otro por el porcentaje de crecimiento poblacional del cantón Huaquillas 2,01% dato del Plan de desarrollo y ordenamiento territorial para establecer cantidades.

Tabla 105 Estado de Resultados proyectado

Estado de Resultados Proyectado					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	130.821,00	136.490,00	141.706,00	144.754,00	147.832,00
(-) Costos de Producción	86.424,16	88.315,99	90.282,68	92.328,19	94.456,70
Utilidad Bruta	44.396,84	48.174,01	51.423,32	52.425,81	53.375,30
(-) Gastos Administrativos	14.540,15	15.341,70	16.189,34	17.085,72	18.033,69
(-) Gastos de Ventas	4.368,38	4.417,31	4.466,78	4.516,81	4.567,40
(-) Gastos Financieros	3.603,32	2.955,31	2.232,33	1.425,67	525,68
Utilidad antes de 15% P.T.	21.884,99	25.459,69	28.534,88	29.397,60	30.248,53
(-) 15% Participación Trabajadores	3.282,75	3.818,95	4.280,23	4.409,64	4.537,28
Utilidad antes de IR	18.602,24	21.640,73	24.254,64	24.987,96	25.711,25
(-) Fracción Básica	17.990,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00	21.600,00
(=) Fracción Excedente	612,24	40,73	2.654,64	3.387,96	4.111,25
(*) Impuesto por fracción excedente	12%	15%	15%	15%	15%
(=) Impuesto causado	73,47	6,11	398,20	508,19	616,69
(+) Impuesto a la fracción básica	515,00	948,00	948,00	948,00	948,00
(=) Impuesto a pagar	588,47	954,11	1.346,20	1.456,19	1.564,69
Utilidad Neta del Ejercicio	18.013,78	20.686,62	22.908,45	23.531,77	24.146,56

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

5.3.3 Flujo de caja proyectado

El flujo de caja, muestra los ingresos y egresos que tendrá el proyecto durante los 5 años, estos valores serán utilizados para el cálculo de los indicadores financieros.

Tabla 106 Estado Flujo de Caja proyectado

Flujo de Caja Proyectado						
Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión	-58.788,75					
Utilidad Operacional		21.884,99	25.459,69	28.534,88	29.397,60	30.248,53
(+) Depreciación		5.130,37	5.130,37	5.130,37	4.444,75	4.444,75
Total Ingresos	-58.788,75	27.015,37	30.590,06	33.665,25	33.842,35	34.693,28
(-) Inver. de reposición						
(+) Ventas de activos						
(-) Pago del capital		5.599,80	6.247,80	6.970,79	7.777,44	8.677,43
15% Part. trabajadores		3.282,75	3.818,95	4.280,23	4.409,64	4.537,28
Impuesto a la renta		588,47	954,11	1.346,20	1.456,19	1.564,69
Total Egresos	0,00	9.471,01	11.020,86	12.597,21	13.643,27	14.779,40
Flujo Neto de Caja	-58.788,75	17.544,35	19.569,20	21.068,03	20.199,08	19.913,88

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

5.4 Evaluación Financiera

5.4.1 Costo de oportunidad

El costo de oportunidad es la utilidad que se sacrifica por tomar una decisión de otra opción, en este caso se toma la decisión de invertir en la Operadora de Turismo, en vez de invertirla en una institución financiera.

Tabla 107 Costo de oportunidad

Descripción	Valor	%	Tasa	Valor ponderado
Inversión Propia	23.515,50	40%	6	2,40
Inversión Financiada	35.273,25	60%	11	6,60
Total	58.788,75	100%		9,00

Fuente: Investigación directa

Elaborado por: El Autor

Año: 2016

5.4.2 Tasa de rendimiento medio TRM

$$\text{TRM} = (1 + \text{CK}) * (1 + \text{INF}) - 1$$

Donde:

CK= Costo de capital

INF= inflación 2016; 1,12%

Entonces:

$$TRM = (1 + 0,09) * (1 + 0,0112) - 1$$

$$TRM = 0,102208$$

$$TRM = 10,22 \%$$

La tasa de rendimiento medio es calculada con el costo de capital y la tasa de inflación, este porcentaje es utilizado para calcular el VAN, TIR, Beneficio Costo.

5.4.3 Valor actual neto VAN

El valor actual neto indica el monto de beneficios netos traídos a valor presente que tendrá la Operadora de Turismo, que al compararlos con la inversión inicial nos indica si el proyecto tendrá alguna utilidad; si la aplicación de la ecuación da un resultado positivo el proyecto es viable, caso contrario si su resultado es negativo el proyecto no es atractivo debido a que no genera ninguna rentabilidad.

$$VAN = -INVERSION INICIAL + \sum \frac{FCN}{(1 + TRM)^n}$$

Tasa inferior: 10,22%

Tabla 108 Valor actual neto tasa inferior

Año	Flujos Netos	Factor de corrección	Flujos Netos actualizados
0	-58.788,75		-58.788,75
1	17.544,35	0,90727	15.917,46
2	19.569,20	0,82314	16.108,16
3	21.068,03	0,74681	15.733,79
4	20.199,08	0,67756	13.686,03
5	19.913,88	0,61473	12.241,60
	VAN		14.898,28

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Tasa superior: 19,6%

Tabla 109 Valor actual neto tasa superior

Año	Flujos Netos	Factor de corrección	Flujos Netos actualizados
0	-58.788,75		-58.788,75
1	17.544,35	0,83612	14.669,19
2	19.569,20	0,69910	13.680,77
3	21.068,03	0,58453	12.314,89
4	20.199,08	0,48874	9.872,04
5	19.913,88	0,40864	8.137,67
	VAN		-114,19

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

Una vez analizado los resultados se puede decir que una vez recuperada la inversión inicial el proyecto genera una utilidad de 14.898,28, por lo tanto el proyecto si es viable, ya que si genera una utilidad.

5.4.4 Tasa interna de retorno TIR

La tasa interna de retorno, es una tasa de descuento que permite que el valor actual neto llegue a cero.

$$TIR = Ti + (Ts - Ti) \frac{VAN_{Ti}}{VAN_{Ti} - VAN_{Ts}}$$

Tabla 110 Tasa interna de retorno TIR

Tasa inferior	10,22
Tasa superior	19,6
VAN inferior	14.898,28
VAN superior	-114,19
TIR	0,19
TIR	19,6

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

La Tasa interna de retorno indica que el proyecto tendrá una rentabilidad con una tasa de 19,6%, al comparar esta tasa con el costo de oportunidad se determina que el proyecto si es realizable., ya que esta tasa es superior.

5.4.5 Beneficio costo

La relación beneficio costo, es la comparación que se efectúa entre ingresos y egresos actualizados con el fin de conocer cuál es el ingreso que generará el proyecto por cada dólar invertido.

$$Beneficio\ Costo = \frac{\Sigma\ Ingresos\ actualizados}{\Sigma\ Egresos\ actualizados}$$

Tabla 111 Beneficio Costo

Año	Ingresos	TRM	Ingresos actualizados	Egresos	TRM	Egresos actualizados
1	21.884,99	0,91	19.855,59	9.471,01	0,91	8.592,77
2	25.459,69	0,82	20.956,85	11.020,86	0,82	9.071,69
3	28.534,88	0,75	21.310,09	12.597,21	0,75	9.407,71
4	29.397,60	0,68	19.918,55	13.643,27	0,68	9.244,09
5	30.248,53	0,61	18.594,59	14.779,40	0,61	9.085,29
Total			100.635,66			45.401,55

Fuente: Investigación directa
 Elaborado por: El Autor
 Año: 2016

$$\text{Beneficio Costo} = \frac{100.635,66}{45.401,55}$$

$$\text{Beneficio Costo} = 2,22$$

Una vez calculada la ecuación, se determina que por cada dólar invertido el proyecto tendrá un ingreso 2,22 dólares.

5.4.6 Tasa de rendimiento beneficio costo TRBC

$$TRBC = \frac{\sum \text{Fujos Netos actualizados}}{\text{Inversión Inicial}}$$

$$TRBC = \frac{100.635,66}{58.788,75}$$

$$TRBC = 1,71$$

Esto quiere decir que por cada dólar invertido en el proyecto se generará 1,71 dólares en ingreso.

5.4.7 Periodo de recuperación de la inversión

El periodo de recuperación de la inversión, es el tiempo que requiere la empresa para recuperar la inversión inicial.

Tabla 112 Periodo de recuperación de la inversión

Año	Flujos proyectados	Flujos acumulados
0	58.788,75	
1	17.544,35	41.244,40
2	19.569,20	60.813,60
3	21.068,03	
4	20.199,08	
5	19.913,88	

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

En el primer año se recupera un total de 41.244,40 dólares, para completar el valor de 58.788,75 falta un total de 17.544,35, lo que quiere decir que para recuperar ese valor se necesita 11,20 transformado en meses y días se determina que la inversión se recupera en:

PRI= 1 año, 11 meses y 6 días.

5.4.8 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es una herramienta financiera que ayuda a determinar el momento en que las ventas o ingresos son iguales a los costos, ya sean estos expresados en dólares o unidades, por otro lado indica la cantidad de unidades que la empresa debe vender para recuperar los costos fijos.

5.4.8.1 Punto de Equilibrio en dólares

Tabla 113 Punto de equilibrio en dólares

Descripción	Valor
Costos Fijos	22.511,85
Costos Variables	86.424,16
Ventas	130.821,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

$$PE = \frac{\text{Costos Fijos}}{1 - \text{Costos Variables/Ventas}}$$

$$PE = \frac{22.511,85}{0,34}$$

$$PE = 66.334,06$$

Esto quiere decir que la empresa debe generar ventas o ingresos de 66.334,06 dólares, para que la empresa opere sin pérdidas ni ganancias.

5.4.8.2 Punto de Equilibrio en unidades

Tabla 114 Punto de equilibrio en unidades

Descripción	Valor
Costos Fijos	22.551,85
Inversión Fija	41.921,86
Margen Contribución	50,00

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

$$PE = \frac{CF + INV. FIJA}{MC}$$

$$MC = PV - CV$$

$$PE = \frac{64.433,71}{50,00}$$

$$PE = 1.289$$

La determinación del punto de equilibrio en unidades indica que es necesario vender 1.289 unidades o servicios turísticos, para que los ingresos sean iguales a los costos, por lo tanto es en el primer año que la Operadora de Turismo comenzará a generar ingresos, ya que en este año ya se generan 5.059 servicios turísticos.

5.5 Resumen de la evaluación financiera

Resumen Evaluación Financiera	
Costo de oportunidad	9,00
TRM	10,22
VAN	14.898,28
TIR	19,5%
Beneficio Costo	2,22
TRBC	1,71
Periodo recuperación inversión	1 años, 11 meses y 6 días
PE dólares	66.334,06
PE unidades	1.289

Fuente: Investigación directa
Elaborado por: El Autor
Año: 2016

La evaluación financiera realizada demuestra que el proyecto si es viable, ya que el VAN es mayor a cero, la TIR es mayor en 11 puntos a la TRM, la relación beneficio costo es superior a 1, el proyecto recupera su inversión inicial a partir de 1 año, 8 meses y 3 días, es necesario generar ingresos de 65.789,52 o 1.284 unidades para que los costos sean iguales a los ingresos, y a partir de este monto poder ya generar utilidad.

CAPÍTULO VI

6. Estudio Organizacional

En el presente estudio se da a conocer lo referente a la empresa que se va a crear, la base filosófica que manejará la Operadora de Turismo, así como la base legal.

6.1 Nombre o razón social

Gráfico 27 Logotipo y Slogan



Elaborado por: El Autor
Año: 2017

Se escogió este logotipo porque la Operadora Turística está enfocada en realizar viajes y tours para que la población o la demanda puedan conocer la biodiversidad ecológica que tiene el cantón, preservando sus recursos naturales.

El slogan “El mundo a lo natural...” Invita a turistas nacionales y extranjeros a conocer la naturaleza y biodiversidad que posee el cantón.

6.2 Base filosófica

6.2.1 Misión

EcoNaturals Travels & Tours es una operadora de turismo que presta servicios turísticos ambientalmente amigables y socialmente responsables a precios cómodos y accesibles, para lograr la satisfacción integral de nuestros clientes.

6.2.2 Visión

Ser una operadora de turismo rentable y reconocida a nivel local y regional comprometida con la preservación ambiental que brinda servicios de calidad y confianza a sus clientes.

6.2.3 Objetivos

Se han planteado los siguientes objetivos:

- ✓ Contribuir al desarrollo económico de la región
- ✓ Dar a conocer el potencial turístico del cantón Huaquillas
- ✓ Brindar un servicio de calidad y confianza a nuestro clientes
- ✓ Dar asesoramiento ecológico del cantón Huaquillas

6.2.4 Políticas

- Efectuar capacitación continua a todo el personal para logara el crecimiento profesional y empresarial.
- Brindar un servicio de calidad para lograr el reconocimiento institucional.
- Mantener una actualización constante del servicio turístico que se ofrece.
- Dar una respuesta rápida a los requerimientos de nuestros clientes.

6.2.5 Valores

- Respeto

Respetar la opinión personal de cada integrante de la Operadora de Turismo, así como de nuestros clientes.

- Responsabilidad social

Promover la concientización ambiental con clientes internos y externos.

- Honestidad

Desempeñar un trabajo basado en la verdad, para mantener la confianza interna.

- Profesionalismo

Desarrollar y brindar una atención adecuada prevaleciendo el profesionalismo de cada persona.

- Compromiso

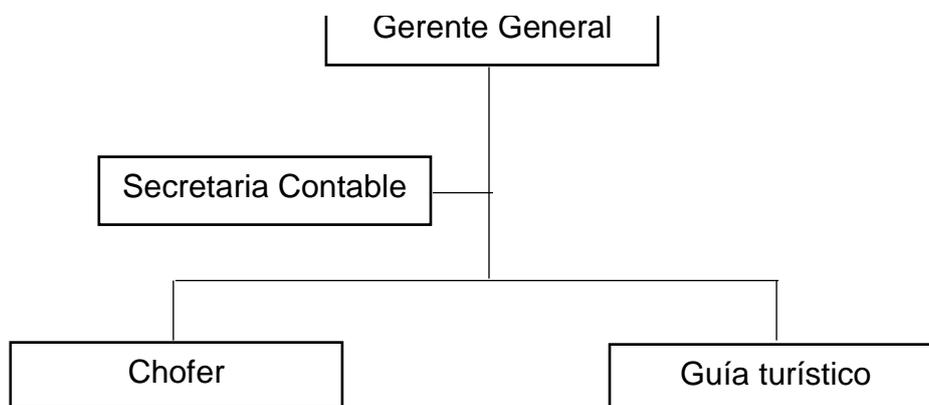
Sumar esfuerzos para cumplir con los objetivos comunes de la empresa.

- Trabajo en equipo

Lograr la participación de todo el personal, para alcanzar los objetivos grupales.

6.3 Estructura organizacional

Gráfico 28 Estructura organizacional



Elaborado por: El Autor
Año: 2017

6.4 Estructura funcional

Tabla 115 Manual de funciones Gerente General

		<h1>Manual de Funciones</h1>	
Identificación del cargo			
Cargo:		Gerente General	
Descripción:		El Gerente General es el representante legal de la Operadora de Turismo, este tiene como objetivo administrar los recursos humanos, materiales y económicos.	
Requisito de formación:		Título de tercer nivel en Hotelería y Turismo Nivel B1 en idioma Inglés.	
Requisito de experiencia:		2 años en manejo de empresas turísticas.	
Funciones		Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Administrar los recursos económicos de la entidad. ✓ Dirigir y controlar el desempeño del personal. ✓ Velar por el cumplimiento del reglamento interno. ✓ Liderar la gestión estratégica. ✓ Proponer metodologías de ventas. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Liderazgo ✓ Trabajo en equipo ✓ Toma de decisiones ✓ Planificación estratégica ✓ Solucionador de conflictos ✓ Capacidad de análisis ✓ Emprendedor ✓ Facilidad de palabra 	

Tabla 116 Manual de funciones Secretaria Contable

		<h2>Manual de Funciones</h2>	
Identificación del cargo			
Cargo:		Secretaria Contable	
Descripción:		La secretaria contable será la encargada de manejar el área de recepción a los clientes, así como de llevar los registros contables de ingresos y egresos de la entidad.	
Requisito de formación:		Egresada o graduada en áreas administrativas Nivel B1 en idioma Inglés.	
Requisito de experiencia:		1 año en recepción, secretaria, auxiliar contable	
Funciones		Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Brindar una atención oportuna a los clientes. ✓ Solucionar problemas presentados. ✓ Efectuar telemarketing, manejo de páginas web. ✓ Organizar las actividades operacionales del personal. ✓ Manejo de caja y facturación. ✓ Realizar declaraciones y roles de pago. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidad de palabra ✓ Dominio de programas contables ✓ Declaración, retenciones, facturación. ✓ Habilidad del manejo de utilitarios de office. ✓ Facilidad de palabra 	

Tabla 117 Manual de funciones Chofer

		<h2>Manual de Funciones</h2>	
Identificación del cargo			
Cargo:		Chofer mensajero	
Descripción:		El chofer mensajero estará encargado de realizar el traslado de los clientes en el bote fluvial, efectuar actividades de mensajería.	
Requisito de formación:		Licencia de conducción de bote. Conocimientos básicos del idioma inglés.	
Requisito de experiencia:		2 años en conducción de botes fluviales de actividades turísticas	
Funciones		Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conducir el bote fluvial de clientes de forma ágil. ✓ Mantener limpia la unidad de transporte. ✓ Realizar el mantenimiento adecuado del transporte. ✓ Apoyar en las operaciones internas de la entidad. ✓ Cumplir con la actividad turística diaria. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Responsabilidad ✓ Trabajo en equipo ✓ Atención al cliente ✓ Cumplimiento de normativa ✓ Conocimientos de mecánica 	

Tabla 118 Manual de funciones Guía turístico

		<h2>Manual de Funciones</h2>	
Identificación del cargo			
Cargo:		Guía turístico	
Descripción:		El guía turístico será el encargado de efectuar el recorrido turístico con los clientes brindando la información necesaria sobre la ecología del lugar.	
Requisito de formación:		Egresado o graduado en aras de hotelería y turismo Nivel B1 en idioma Inglés.	
Requisito de experiencia:		2 años en operadoras de turismo	
Funciones		Competencias	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Coordinar el requerimiento del servicio turístico. ✓ Realizar el itinerario del recorrido. ✓ Coordinar la ruta turística a efectuar. ✓ Efectuar actividades de marketing. ✓ Organizar los recursos materiales y económicos para el desarrollo del tour. ✓ Informar al cliente sobre la ecología del lugar. 		<ul style="list-style-type: none"> ✓ Facilidad de palabra ✓ Atención al cliente ✓ Conocimiento actualizados ✓ Responsabilidad ✓ Trabajo en equipo 	

6.5 Base legal

La base legal corresponde a todos los requerimientos necesarios que deben ser obtenidos para que la Operadora de Turismo pueda entrar en operación.

6.5.1 Registro de la actividad turística (Ministerio de Turismo)

- Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía, tratándose de personas jurídicas
- Nombramiento del representante legal debidamente inscrito de la persona jurídica solicitante
- Original registro único de contribuyentes (RUC)
- Contar con un espacio físico permanente para el desarrollo de sus actividades comerciales y administrativas, el mismo que deberá ser obligatoriamente local comercial u oficina, quedando prohibido el uso de viviendas en general.
- Al menos el 30% del personal deberá contar con título profesional en Turismo, ramas afines o certificado de competencias laborales en intermediación, operación, también se contarán como válidos los cursos dictados por la autoridad nacional de turismo
- Al menos el 20% del personal debe acreditar el nivel B1 de conocimientos de al menos un idioma extranjero
- Formulario declaración 1 por mil de activos fijos.

6.5.2 Registro transporte fluvial de turismo (Ministerio de Turismo)

- Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el registro mercantil, en caso de haberlas.
- Original del registro único de contribuyentes (RUC)
- Copia del título de propiedad (matrícula) de la embarcación

- Copia de matrícula y permiso de zarpe otorgado por la capitanía del puerto donde se vaya a brindar el servicio fluvial
- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
- Seguros de la embarcaciones con responsabilidad a terceros
- Inventario valorado de la embarcación firmado bajo la responsabilidad del representante legal, sobre los valores declarados
- Declaración de activos fijos para cancelación de 1 por mil debidamente suscrita por el representante legal o apoderado de la empresa
- Copia del certificado de registro del Ministerio de Turismo de la Operadora de Turismo con el que trabajara la embarcación

6.5.3 Patente anual de operación turística

La patente anual de operación turística es el único documento habilitante para poder realizar las actividades turísticas en áreas protegidas con fines comerciales, las operadoras turísticas sin excepción están obligadas a obtener este permiso.

- Solicitud dirigida al Director de Biodiversidad y Áreas Protegidas
- Nombre del peticionario
- Certificado de matrícula del vehículo que será utilizado para el servicio turístico
- Licencia anual de funcionamiento otorgado por el Ministerio de Turismo
- Escritura de constitución de la compañía
- Nombramiento del representante legal

6.5.4 Licencia única de funcionamiento Ministerio de Turismo

Los requisitos para obtener la licencia única de funcionamiento del establecimiento turístico son:

- Certificado del registro único de turismo

- Certificado de la cámara provincial de turismo de haber cumplido con las obligaciones gremiales
- Patente municipal
- Copia del RUC
- Listado de precios que se regirán en el establecimiento
- Formulario actualizado de la plata turística
- Certificado del pago de la licencia anual del año anterior si lo hubiera

6.5.5 Licencia anual de funcionamiento Municipio

Es aquel documento otorgado por la Dirección de Turismo del cantón Huaquillas la cual sirve para que el establecimiento turístico pueda operar, para su obtención se deberá presentar los siguientes requisitos:

- Documento de categorización del establecimiento turístico otorgado por el Ministerio de Turismo
- Comprobante de pago del uno por mil sobre los activos fijos otorgado por el Ministerio de Turismo Zona 7
- Original y copia del RUC
- Original y copia de la cedula y papeleta de votación
- Comprobante de inspección Cuerpo de Bomberos
- Comprobante de pago tasa de turismo

6.5.6 Permiso uso de suelo

- Solicitud dirigida al Sr. Alcalde
- Croquis de la oficina o establecimiento
- Pago de tasa por servicios administrativos
- Copia de la cedula y papeleta de votación

- Copia de pago del impuesto predial
- Especia valorada

6.5.7 Permiso de funcionamiento

- Solicitud de inspección del local
- Informe favorable de la inspección
- Copia del RUC
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificado)

6.5.8 Patente municipal

- Copia del RUC o RISE actualizado
- Copia de la cedula de identidad y certificado de votación
- Copia del comprobante de pago del impuesto predial donde funciona la actividad económica
- Solicitud de inspección del Cuerpo de Bomberos
- En caso de que el trámite se realice por terceras personas, autorización por escrito y presentar la cedula y certificado de votación.

6.5.9 Registro único de contribuyentes

- Original y copia de la cedula de identidad
- Original del certificado de votación
- Planilla de servicios básicos

CAPÍTULO VII

7. Impactos

7.1 Análisis de impactos

El presente estudio muestra el análisis de impactos que generará la puesta en marcha de la Operadora de Turismo, para hacerlo se toma en cuenta una matriz de valoración cualitativa y cuantitativa para poder evaluar los indicadores de cada impacto.

Tabla 119 Matriz valoración impactos

Nivel	Valoración
Impacto alto positivo	3
Impacto medio positivo	2
Impacto bajo positivo	1
No hay impacto	0
Impacto bajo negativo	-1
Impacto medio negativo	-2
Impacto alto negativo	-3

Elaborado por: El Autor
Año: 2017

Una vez determinada la correspondiente valoración de cada uno de los indicadores tanto en lo económico, ambiental, social y cultural, se calcula su incidencia, para lo cual se usará la siguiente ecuación:

$$\text{Impacto} = \frac{\Sigma \text{valoración indicadores}}{\text{número indicadores}}$$

7.2 Impacto económico

Tabla 120 Impacto económico

Nro.	Indicador	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Efecto multiplicador							X	3
2	Generación de divisas						X		2
3	Dinamización de la económica local						X		2
4	Estabilidad económica							X	3
	Total						4	6	10

Elaborado por: El Autor
Año: 2017

$$\text{Impacto económico} = \frac{10}{4}$$

$$\text{Impacto económico} = 2,5$$

$$\text{Impacto económico} = 3 \text{ Alto positivo}$$

Análisis:

El proyecto generará un impacto económico alto positivo, debido a que una vez puesta en marcha la Operadora de Turismo se ofertarán servicios de calidad a los clientes generando así el efecto multiplicador, es decir si un cliente nacional o extranjero quedo satisfecho con nuestro servicio este lo recomienda a un amigo o conocido, ante esto los turistas extranjeros ayudan al ingreso de divisas en nuestro

país, por otro lado lograremos la dinamización de la economía por alianzas estratégicas que se van establecer con proveedores de servicios y productos, logrando así una estabilidad económica para todos los integrantes de esta cadena de comercialización.

7.3 Impacto ambiental

Tabla 121 Impacto ambiental

Nro.	Indicador	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Educación ambiental							X	3
2	Conservación del ecosistema			X					-1
3	Respeto sobrecarga del ecosistema			X					-1
4	Preservación de especies en peligro							X	2
	Total			-2			2	3	3

Elaborado por: El Autor
Año: 2017

$$\text{Impacto ambiental} = \frac{3}{4}$$

$$\text{Impacto ambiental} = 0,75$$

$$\text{Impacto ambiental} = 1 \text{ Bajo positivo}$$

Análisis:

Se genera un impacto ambiental bajo positivo debido a que al efectuar el recorrido turístico se podría afectar al ecosistema con una sobre carga de turistas en las zonas

naturales nativas, poniendo en peligro la conservación del ecosistema, para lo cual al enfocarnos en el turismo ecológico se establecerá mecanismo de educación ambiental y ante esto lograr la preservación de especies en peligro de extinción.

7.4 Impacto social

Tabla 122 Impacto social

Nro.	Indicador	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Fuentes de empleo							X	3
2	Mejorar condiciones de vida del sector						X		2
3	Estabilidad laboral							X	3
	Total						2	6	8

Elaborado por: El Autor
Año: 2017

$$\text{Impacto social} = \frac{8}{3}$$

$$\text{Impacto social} = 2,67$$

$$\text{Impacto social} = 3 \text{ Alto positivo}$$

Análisis:

La implementación del proyecto genera un impacto social alto positivo ya que le Operadora de Turismo ayuda a crear fuentes de empleo dentro del sector logrando una estabilidad laboral y por ende mejorar la calidad de vida de la comunidad, ya que

teniendo un trabajo formal la economía familiar mejora en gran volumen ayudando a la satisfacción de las necesidades.

7.5 Impacto cultural

Tabla 123 Impacto cultural

Nro.	Indicador	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Preservación del patrimonio cultural							X	3
2	Interculturalidad						X		2
3	Identidad cultural						X		2
	Total						4	3	7

Elaborado por: El Autor
Año: 2017

$$\text{Impacto cultural} = \frac{7}{3}$$

$$\text{Impacto cultural} = 2,33$$

$$\text{Impacto cultural} = 2 \text{ Medio positivo}$$

Análisis:

La puesta en marcha del proyecto generará un impacto cultural medio positivo debido a que gracias al turismo se logrará el intercambio de costumbres de dos o más países, además se logrará recuperar costumbres propias del sector, valorando lo nuestro como patrimonio importante del país.

7.6 Impacto general

A continuación se detalla la matriz general de impactos que la Operadora de Turismo generará en el cantón Huaquillas:

Tabla 124 Impacto general

Nro.	Impacto	Valoración							Total
		-3	-2	-1	0	1	2	3	
1	Económico							X	3
2	Ambiental					X			1
3	Social							X	3
4	Cultural						X		2
	Total					1	2	6	9

Elaborado por: El Autor
Año: 2017

$$\text{Impacto general} = \frac{9}{4}$$

$$\text{Impacto general} = 2,25$$

$$\text{Impacto general} = 2 \text{ Medio positivo}$$

Análisis:

Como se puede observar la puesta en marcha de la Operadora de Turismo genera un impacto medio positivo en el área de influencia, antes esto podemos decir que el proyecto es factible, pues el sector tendrá beneficios económicos, sociales, ambientales y culturales.

Conclusiones

- El diagnóstico situacional permitió tener un conocimiento real del entorno interno y externo en el cual la Operadora de Turismo va a operar, ayudando a establecer metodologías para hacer frente a riesgos, y aprovechar oportunidades.
- Establecer fuentes bibliográficas proporcionó un conocimiento profundo de la temática que sustenta la investigación.
- El desarrollo del estudio de mercado permitió demostrar la existencia de clientes potenciales, a través de la demanda insatisfecha, frente a la oferta actual, determinando de esta manera la viabilidad del proyecto desde el punto de vista del tamaño del mercado.
- El Estudio Financiero ayuda a conocer los montos de ingresos y egresos que tendrá el proyecto durante su vida útil, además de evaluar el proyecto y conocer si es factible o no realizar la inversión.
- Es importante desarrollar el Estudio Organización ya que en este punto se da a conocer la estructura organizacional y funcional que tendrá la Operadora de Turismo, por otro lado también se establece los requerimientos legales necesarios para que la empresa pueda operar.
- Por último es indispensable realizar el análisis de impactos que genera el proyecto en el área, y en base a esto establecer estrategias para dar mejoras y disminuir el riesgo presentado.

Recomendaciones

- Desarrollar y analizar los factores externos que pueden influir positiva o negativamente en el proyecto.
- Establecer el marco teórico con sus debidas referencias bibliográficas, para evitar problemas de plagio y ser una fuente de consulta para estudiantes e investigadores.
- Realizar un análisis exhaustivo al mercado para conocer la competencia y sus estrategias de mercado, lo cual servirá para implementar mejores metodologías y lograr el posicionamiento del producto o servicio.
- Establecer la localización óptima del proyecto mediante el análisis de factores como vías de accesibilidad, mano de obra, cercanía a proveedores de materia prima.
- Realizar la evaluación financiera del proyecto para que en base a estos datos se tome la decisión o no de invertir en el proyecto.
- Desarrollar el Estudio Organizacional ya que es aquí donde se determinan todos los aspectos legales de cumplimiento para que una empresa no tengan ningún problema a la hora de entrar en operación, además de establecer las funciones que cada empleado debe desarrollar.
- Realizar la evaluación de impactos para conocer el nivel de incidencia del proyecto en el área y ante esto trabajar para que los impactos ambientales, sociales, económicos y culturales mantengan siempre un resultado positivo en beneficio de la comunidad.

Bibliografía

- Córdoba, M. (2011). *Formulación y Evaluación de Proyectos*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Flanklin, E. (2014). *Organización de Empresas*. México: Interamericana Editores S.A.
- Flórez, J. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME (3a. ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. Larousse-Grupo Editorial Patria.
- Guerrero, P., & Ramos, J. (2014). *Introducción al Turismo*. Larousse-Grupo Editorial Patria.
- Jiménez, L., & Jiménez, W. (2013). *Turismo: tendencias globales y planificación estratégica*. Ecoe Ediciones.
- Martínez, D., & Milla, A. (2012). *Metas estratégicas*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.
- Meza, J. d. (2013). *Evaluación Financiera de Proyectos (SIL) (3a. ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Nel-lo, M., & Llanes, C. (2016). *El Ecoturismo*. Editorial OUC.
- Orgaz, F. (2014). Turismo y cooperación al desarrollo: Un análisis de los beneficios del ecoturismo para los destinos. *El Periplo Sustentable*, 20.
- Pérez, M. (2014). *Asesoramiento, venta y comercialización de productos y servicios turísticos: UF0078*. IC Editorial .
- Prieto, J. (2014). *Proyectos: enfoque gerencial (4a. ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Rojas, M. (2015). *Evaluación de proyectos para ingenieros (2a. ed.)*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Ruano, C. (2012). *Promoción y comercialización de productos y servicios turísticos locales: promoción turística local e información al visitante (UF0084)*. IC Editorial.
- Suarez, M., & Tapia, F. (2012). *Interaprendizaje de Estadística Básica*. Ibarra.

- Torres, J. (2015). *Proyectos de negocios: método práctico para emprendedores*. Santiago de Chile: Editorial Universidad de Santiago de Chile.
- Torres, Z. (2014). *Administración estratégica*. México: Larousse - Grupo Editorial Patria.

Anexos

Anexo 1



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
INGENIERIA COMERCIAL

ENCUESTA

La encuesta está dirigida a los turistas que visitan el Cantón Huaquillas, para conocer aceptación de la creación de una operadora de turismo.

Datos técnicos:**Edad:**

15-20 21-25 26-30 31-35 36-40 41 - Más

Género:

() Masculino

() Femenino

Nacionalidad:

Instrucciones:

Marque con una (x) la respuesta que Ud. Considera adecuada

1. ¿Le gusta realizar viajes de turismo?

Si () No ()

2. ¿En compañía de quien realiza sus viajes?

Familiares.

Grupo Amigos

Individual

Grupo de estudiantes

Pareja.

3. ¿Con que frecuencia Ud. hace turismo?

Semanal Mensual Trimestral

Semestral Anual

4. ¿Para hacer turismo, Ud. contrata alguna operadora de turismo?

Si No

Nota: si su respuesta es No, pase a la pregunta Nro.6

5. ¿Estuvo conforme con el servicio que le entregaron y el trato que recibió?

Si No

6. ¿Conoce los atractivos turísticos del cantón Huaquillas?

Si No

7. ¿Qué tipos de lugares prefiere visitar?

Playas

Ríos

Cascadas

Bosques

Manglares

Ciudades

Todos

8. ¿Le gustaría que exista una operadora de turismo que brinde servicios completos de calidad a precios accesibles?

Si No

9. ¿Le gustaría que su empresa de turismo le brinde servicio de puerta a puerta?

Si () No ()

10. Puede señalar los servicios adicionales que desearía que se incluyan en su paquete turístico.

() Alimentación () Hospedaje () Transporte

() Tours () Guías () Todos

11. ¿Qué ruta le gustaría utilizar para hacer turismo?

Terrestre () Marítima ()

12. ¿Cuántos días Ud. utilizaría para realizar turismo?

() 1 día () De 2 a 4 días () De 5 a 7 días

() Mas de 7 días

13. ¿Le gustaría que le den descuentos en paquetes turísticos que se involucre toda la familia o el grupo de estudio?

Si () No ()

14. ¿Con que presupuesto individual cuenta para realizar sus viajes?

25-50 USD

51-100 USD

101-150 USD

151-200 USD

201-250 USD

251- 300

De 301 en adelante

15. ¿Qué medios de comunicación usaría Ud. para contactar una operadora de turismo?

Radio

Televisión

Diarios

Redes sociales

Internet

Teléfono

Gracias por su colaboración

Anexo 2



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS INGENIERIA COMERCIAL

ENTREVISTA

Objetivo: Conocer los servicios que prestan las operadoras de turismo en el sector.

Instrucciones:

1. ¿Qué servicios turísticos presta su operadora de turismo?
2. ¿Qué rutas turísticas Ud. Ofrece?
3. ¿Cuáles son las frecuencias de sus rutas turísticas?
4. ¿Las personas que hacen uso de paquetes turísticos son en su mayoría locales, nacionales o extranjeros?
5. ¿Qué servicios incluyen en sus paquetes turísticos?
6. ¿Qué medio de comunicación utiliza su empresa para hacer conocer sus servicios?
7. ¿Cuál es el precio actual de sus servicios turísticos?
8. ¿Realizan algún descuento especial a grupos de personas?

9. ¿Su empresa cuenta con personal calificado?

10. ¿Cuál es el número promedio de turistas que semanalmente adquieren paquetes turísticos?

11. ¿Cuenta con aliados estratégicos para cubrir en su totalidad el servicio que presta?

Gracias por su colaboración

Anexo 3

Año 2017 - En dólares			
Fracción Básica	Exceso Hasta	Impuesto Fracción Básica	Impuesto Fracción Excedente
0	11.290	0	0%
11.290	14.390	0	5%
14.390	17.990	155	10%
17.990	21.600	515	12%
21.600	43.190	948	15%
43.190	64.770	4.187	20%
64.770	86.370	8.503	25%
86.370	115.140	13.903	30%
115.140	En adelante	22.534	35%

NAC-DGERGCG16-00000507 de 21/12/2016

Fuente: www.sri.gob.ec
 Elaborado por: Juan Ordinola
 Año: 2017