

UNIVERSIDAD DEL AZUAY

**Facultad de Ciencias de la Administración
Escuela de Administración de Empresas**

“CREACION DE UN EMPRESA 4X4 AVENTURA TURISMO ECOLOGICO”

Ensayo previo a la obtención del
Titulo de Ingeniero Comercial

Autores:

Andrés Francisco Muñoz Rosero
Raúl Ernesto Machuca Ochoa

Director:

Ing. Com. Francisco Ampuero V.

Cuenca - Ecuador
2005

AGRADECIMIENTO

Nuestro más sincero y profundo agradecimiento a la Universidad del Azuay, y por su intermedio a todo el personal docente de esta Institución, primordialmente al Ing. Francisco Ampuero ya que sin el apoyo y la generosidad en transmitirnos los conocimientos necesarios no habría sido posible realizar el presente trabajo y obtener el discernimiento necesario para enfrentar los retos de la vida profesional.

DEDICATORIA

Dedico este trabajo de manera muy especial a mis Padres, que gracias a ellos he llegado a estas instancias de mi vida, y a mi familia que siempre me brindaron su apoyo incondicional.

Andrés F. Muñoz R.

DEDICATORIA

Dedico el actual trabajo, a los seres mas importantes de mi presente, que son el regalo más maravilloso que un ser humano puede recibir mi mujer María Paz, mis dos hermosos hijos Josué y Julián, mis hermanos Felipe y Carlos.

Raúl E. Machuca O.

RESPONSABILIDAD

*El presente trabajo es de exclusiva responsabilidad
de sus autores.*

Andrés Muñoz R.

Raúl Machuca O.

DISEÑO

DE

TESIS

DISEÑO O PLAN DE INVESTIGACION (Tipo Proyecto)

1.- DATOS PERSONALES:

- 1.1. Universidad del Azuay
- 1.2. Facultad de Administración de Empresas
- 1.3. Escuela de Administración de Empresas
- 1.4. Andrés Francisco Muñoz Rosero / Raúl Ernesto Machuca Ochoa
- 1.5. MST. Jorge Quintuña Álvarez / Ing. Francisco Ampuero
- 1.6. Cuenca, 22 de Julio de 2005

2.- TEMA O PROBLEMA MOTIVO DE LA INVESTIGACION

2.1. CREACION DE UNA EMPRESA 4X4 AVENTURA "TURISMO ECOLOGICO"

3.- JUSTIFICACION DEL TEMA O PROBLEMA

Los motivos por los cuales se justifica el presente proyecto se basa en los siguientes criterios:

El país tenemos una inmensa fortaleza que es la diversidad de climas, cultura, tradiciones, ambientes, etc. Además podemos desarrollar casi cualquier actividad turística y con poco desplazamiento, pues todo esta a muy poca distancia la una de la otra, en apenas horas de viaje por tierra o minutos si es por aire nos encontramos en un lugar totalmente diferente al inicial en todo sentido clima, cultura, altura, paisaje, comparando con otros países que tienen que realizar grandes desplazamientos para ver cosas diferentes. Esto y muchas cosas más es lo que les maravilla a la vez nos hace diferentes y por que no decir en muchas cosas únicos.

4.- OBJETIVOS

4.1. Objetivo General

- Realizar un Plan de Negocios de una empresa dedicada al turismo de aventura, con un diseño que dirija nuestros esfuerzos para ser puesto en operación en el 2006 y asegure su posicionamiento en el mercado con un alto margen de rentabilidad.

4.2. Objetivos Específicos

- Determinar el potencial de mercado y demanda de la empresa.
- Generar estrategias de mercadeo para satisfacer esa demanda.
- Estructurar el diseño organizacional de la empresa.
- Planificar y controlar cada una de las actividades para instalar la empresa y su futura administración en sus diferentes áreas con miras a alcanzar en éxito en el momento.
- Determinar el tamaño y la localización de la infraestructura de la empresa.
- Determinar la Factibilidad Económica Financiera del proyecto de la empresa.

5.-MARCO TEORICO

No siempre se ha reconocido el papel que tiene el turismo en el desarrollo de países como Ecuador. Ese sector, al contrario, tiene un amplio potencial de crecimiento y puede convertirse en una actividad clave para sostener el ciclo económico, principalmente en el marco actual de gestión macroeconómica en el que la coyuntura depende y está estrechamente vinculada al comportamiento del sector externo.

En el período 2000 ~ 2003, el turismo representa en promedio el 4.2% del PIB; esos indicadores ponen en evidencia la importancia del sector en la economía ecuatoriana.

El turismo, como se conoce, no es una industria en el sentido tradicional del término, pues se trata de una amalgama de actividades tales como el transporte, el alojamiento, los servicios de alimentación y bebidas, las agencias de viajes, las actividades recreativas, culturales y deportivas, etc. cuya cuantificación se realiza a partir de la elaboración de un sistema de cuentas satélites del turismo.

Desde la óptica de la oferta, es interesante analizar la estructura por rama de actividad del PIB turístico; en efecto, en el año 2003, el transporte de pasajeros por carretera (32,0%) es el servicio que más aporta a la generación del valor agregado turístico, seguido por aquellos proporcionados por las agencias de viajes (17.0%), por los hoteles y similares (11.5%) y los restaurantes (9.8%).

Fuentes: Banco Central del Ecuador, Cuentas Nacionales, (www.bce.fin.ec) diciembre de 2003; Ministerio de Turismo, Unidad Ejecutora del Proyecto Cuentas Satélites del Turismo 1993-2001; cálculos realizados por Estadísticas & Estudios para los años 2000-2003

Fuentes: Ministerio de Turismo, Unidad Ejecutora del Proyecto Cuentas Satélites del Turismo 1993-2001; cálculos realizados por Estadísticas & Estudios para los años 2000-2003

Como se puede notar la actividad turística causa un efecto cascada pues de esta actividad se puede nutrir también otras como se indica. Siendo un multiplicador de ingresos para la economía.

MEDIO AMBIENTE

“El medio ambiente es el compendio de valores naturales, sociales y culturales existentes en un lugar existentes en un lugar y un momento determinado, que influye en la vida natural y psicología del hombre y en el futuro de generaciones venideras. Es decir, no se trata solo de espacio en el que se desarrolla la vida de los seres vivos. Abarca, además, seres humanos, animales, plantas, objetos, agua, suelo, aire y las relaciones entre ellos, así como elementos tan intangibles como la cultura”.

TURISMO DE NATURALEZA:

Según la OMT “Viaje responsable que enmarca el entorno natural y sostiene el bienestar de la población local, oscila desde pequeños grupos personas con un eco interés especial en la naturaleza, que puede llevar un estudio de un tema en concreto, hasta números de personas corrientes que en lugar de vacaciones desean incorporar permanencia de hasta un día a una reserva (o lugar semejante, como parte de su entretenimiento o descanso

Algunos académicos han tratado de definir turismo alternativo como un turismo que da énfasis al contacto y entendimiento entre las comunidades receptoras y el turista, como también en el medio ambiente (Smith & Eadington, 1992 citados en Newsome, Moore & Dowling, 2002). También como un turismo que es consistente con los valores naturales, sociales y comunitarios y que permite una relación positiva entre locales y turistas (Wearing & Neil, 1999 citados en Newsome, Moore & Dowling, 2002).

El turismo alternativo engloba a micro y pequeñas empresas, y de propiedad de habitantes locales (Cater, 1993 citado en Newsome, Moore & Dowling, 2002). Otras características del turismo alternativo son menores impactos en el medio natural y social, vínculos con otros sectores (agricultura, artesanía) de la economía local y retención de ganancias en la localidad (Newsome, Moore & Dowling, 2002).

Las clasificaciones que se pueden incluir bajo el concepto de turismo alternativo pueden ser Natural, Cultural, Eventos y Otros. El "Natural" (turismo que se puede ser en lugares naturales, acerca de la naturaleza, y/o para la preservación del medio ambiente natural) incluye: turismo de aventura, ecoturismo, y turismo de naturaleza. El "Cultural" (turismo que involucra contacto y aprendizaje de una o mas culturas) incluye el turismo arqueológico, rural, religioso y étnico. "Eventos" (turismo interesado en experimentar eventos característicos de una zona o importantes eventos anuales) que incluyen deportes, carnavales y festivales por ejemplo. En la clasificación de otros entra todo aquello que no se puede incluir en las otras clasificaciones como turismo de voluntariado, granjas, educativo, etc.

6.- ESQUEMA DE CONTENIDO

6.1. Capítulo I

- 6.1.1. Descripción de la Empresa
 - 6.1.1.1. Introducción
 - 6.1.1.2. Misión
 - 6.1.1.3. Visión
 - 6.1.1.4. Objetivos
 - 6.1.1.5. Principio y Valores
 - 6.1.1.6. Organigrama
 - 6.1.1.7. Estructura Funcional y Organizativa

6.2. Capítulo II

- 6.2.1. Estudio de Mercado
- 6.2.2. Análisis de la demanda
- 6.2.3. Análisis de la oferta
- 6.2.4. Determinación de la demanda insatisfecha
- 6.2.5. Análisis de precios

6.3. Capítulo III

- 6.3.1. Estudio Técnico
- 6.3.2. Determinación del tamaño óptimo del proyecto
- 6.3.3. Localización óptima del proyecto

6.4. Capítulo IV

- 6.4.1. Estudio Económico
- 6.4.2. Determinación de los costos
- 6.4.3. Inversión total
- 6.4.4. Cronograma de inversiones
- 6.4.5. Determinación del capital de trabajo
- 6.4.6. Determinación del punto de equilibrio
- 6.4.7. Financiamiento de la empresa
- 6.4.8. Determinación del estado de resultados
- 6.4.9. Balance General Inicial

6.5. Capítulo V

- 6.5.1. Conclusiones
- 6.5.2. Recomendaciones

7.- METODOLOGIA DEL TRABAJO

Para la investigación y recopilación de la información empleare las siguientes técnicas.

Libros.- Serán utilizados para obtener información referente al tema objeto de estudio.

Encuestas.- Se utilizaran para conocer los gustos y preferencias de los futuros clientes.

Internet.- Se utilizara para obtener información sobre el tema objeto de estudio.

Se realizara el presente tema mediante la observación directa para verificar cuales son los lugares de visita de los extranjeros para tener en cuenta para la elaboración de nuestros paquetes turísticos.

También se realizara alianzas con agencias de viajes, hoteles y operadoras de turismo para tener un mayor conocimiento de los extranjeros que estén ingresando a nuestro país.

8.- RECURSOS

8.1. Recursos Humanos

8.1.1 Responsable

- Andrés Muñoz R
- Raúl Machuca O.

8.1.2 Asesoramiento

- MST Jorge Quintuña A.
- Ing. Francisco Ampuero

8.1.3 Personal de Intervención

- Personal del Ministerio de Turismo
- Operadoras de Turismo
- Personal del Banco Central
- Agencias de Viajes

8.2. Recursos Materiales

- Computadora
- Teléfono
- Filmadora
- Grabadora

8.3. Recursos Económicos

- Gastos para la elaboración del tema
- Derechos de exámenes.

10.- BIBLIOGRAFIA

- 10.1 BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, 3ra. Edición Bogotá Colombia, 1997.
- 10.2. SAPAG CHAIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo, Preparación y Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, 3ra. Edición, Bogota Colombia 1998.
- 10.3. www.cuenca.gov.ec
- 10.4. www.vivecuador.com
- 10.5. www.bce.fin.ec
- 10.6. www.exploringecuador.com/espanol/index.htm
- 10.7. <http://www.ecoturismolatino.com/esp/ecoviajeros/alternativo/articulos/turalternativo.htm>
- 10.8. http://www.mma.es/polit_amb/fondos/redauto/pdf/ms_1pdf
- 10.9. <http://www.google.com/search?num=50&hl=en&domains=es.wikipedia.org&q=medio+natural+1%2Bconcepto&btnG=Search&site=es.wikipedia.org>
- 10.10. <http://www.4x4online.com.ar>
- 10.11 www.niva4x4.com.ar

INTRODUCCION

El Ecuador un país en donde a lo largo de la historia ciertas actividades económicas han ido despuntando en su momento como: el cacao, banano, petróleo, camarón, flores, etc.

Actualmente se puede ver que el turismo aporta significativamente al PIB con un 4.4% y que va en aumento, a pesar que en cuanto a infraestructura, vialidad y atención misma al turista nos falta mucho por desarrollar, consideramos que los cambios se están dando debido a que como país tenemos una inmensa fortaleza en este aspecto, por la diversidad de climas, cultura, tradiciones, ambientes, etc. Además podemos desarrollar casi cualquier actividad turística, con poco desplazamiento, pues a muy poca distancia, en apenas horas por tierra o minutos, podemos pasar de maravillosas playas a selva amazónica, pasando por montañas, paramos y paisajes de altura, comparando con otros países que tienen que realizar grandes desplazamientos para ver cosas diferentes. Esto y muchas cosas más es lo que les maravilla a la vez nos hace diferentes y por que no decir en muchas cosas únicos.

Por ello pensamos que es el momento de dar un servicio más al turismo local y nacional. Implantar un valor agregado a lo que la naturaleza nos ha dado como país, ahora nos toca cuidarlo y mostrarnos al mundo.

La empresa que ponemos a su consideración estará dedicada al turismo receptivo en nuestro país, de este inmenso universo nos dedicaremos al turismo ecológico y aventura. Es decir a explotar la naturaleza.

Se ha detectado que la mayoría de las personas que nos visitan es por tener la posibilidad de estar cerca de la naturaleza en estado puro, pues generalmente provienen de grandes ciudades y lo que les provoca ver es lo que ellos carecen, o lo que no pueden hacer normalmente. Pero están enterados que existe y que se puede hacer, por los medios de comunicación, lo que queremos es satisfacer exactamente eso, es decir vivir, palpar, experimentar y despertar ese espíritu aventurero que todo ser humano lo tiene en mayor o en menor grado.

Básicamente lo que vamos a ofrecer es una experiencia inolvidable para nuestros clientes pues nos dedicaremos al Turismo de Aventura en 4x4, les conduciremos a lugares inhóspitos, se podrá visitara la selva, nuestros nevados, la serranía y por supuesto la costa. De una manera diferente por senderos no habituales, por ende viendo cosas novedosas y otras actividades que se desarrollaran.

En muy breves y ligeros rasgos esta será nuestra actividad y es la empresa que llevaremos adelante. Pues hemos descubierto que no hay empresas o son muy pocas y casi nada difundidas que se dedican actualmente a prestar este servicio. Esta muy de moda el turismo ecológico, el contacto con la naturaleza, los deportes extremos y otras actividades más como: pesca, cacería en lugares permitidos, bicicleta, andinismo, que se irán desarrollando en el transcurso del recorrido turístico. Inicialmente comenzaremos con algo pequeño pero que impacte a nuestros clientes y serán ellos los que mejor promoción hagan de la experiencia vivida con nuestra empresa 4x4 turismo de aventura.

INDICE

| | |
|------------------------------------------|-----------|
| Capítulo I | 1 |
| 1.1. Descripción de la Empresa | 1 |
| 1.2. Objetivos | 2 |
| 1.2.1 Objetivo General | 2 |
| 1.2.2 Objetivos Específicos | 2 |
| 1.3. Resumen Gerencial | 3 |
| Análisis Etapa Mercado | 3 |
| Análisis Etapa Técnica | 4 |
| Análisis Etapa Económica | 5 |
| 1.4. Principio y Valores | 7 |
| 1.5. Misión | 8 |
| 1.6. Visión | 8 |
| 1.7. Organigrama | 8 |
| 1.8. Estructura Funcional y Organizativa | 8 |
| 1.8.1. Recursos Humanos | 8 |
| 1.8.1.1. Gerente | 9 |
| 1.8.1.2. Contador | 9 |
| 1.8.1.3. Coordinador de Rutas | 10 |
| 1.8.1.4. Secretaria | 10 |
| Capítulo II | 11 |
| 2.1. Estudio de Mercado | 11 |
| 2.2. Análisis de la Demanda | 12 |
| 2.2.1. Fuentes Secundarias | 12 |
| 2.2.2. Fuentes Primarias | 12 |
| 2.2.3. Objetivo de la Investigación | 12 |
| 2.2.4. Información Secundaria | 12 |

| | |
|--------------------------------------------------------------------------|-----------|
| Cuadro Turismo Receptivo Nacional | 13 |
| Cuadro Turismo Receptivo Internacional | 13 |
| 2.2.5. Información Primaria | 14 |
| 2.2.6. Definición del tamaño de la muestra para realización de encuestas | 14 |
| Cuadro Gasto Promedio por Visitante | 16 |
| 2.2.7. Demanda del Proyecto | 17 |
| 2.3. Análisis de la Oferta | 17 |
| 2.3.1. Objetivo de la Investigación | 17 |
| 2.3.2. Información Secundaria | 17 |
| 2.3.3. Información Primaria | 18 |
| 2.4. Determinación de la Demanda Insatisfecha | 19 |
| 2.5. Análisis de Precios | 19 |
| 2.5.1 Plan de Marketing | 20 |
| Producto | 20 |
| Precio | 20 |
| Plaza | 20 |
| Publicidad | 21 |
| Conclusiones y Recomendaciones | 21 |
| Capítulo III | 23 |
| 3.1. Estudio Técnico | 23 |
| 3.2. Determinación del Tamaño Óptimo del Proyecto | 23 |
| 3.3. Localización Óptima del Proyecto | 25 |
| 3.3.1. Macro Localización | 25 |
| 3.3.2. Micro Localización | 25 |
| 3.3.3. Proceso de Producción | 27 |
| 3.3.4. Selección de Equipos | 28 |

| | |
|--------------------------------------------------------------|-----------|
| 3.3.4.1. Maquinaria y Equipo | 28 |
| 3.3.4.2. Equipo de Sonido y Comunicación | 29 |
| 3.3.4.3. Muebles y Equipo de Oficina | 29 |
| 3.3.4.4. Muebles y Equipos de Cocina | 29 |
| 3.3.4.5. Vehículos | 29 |
| 3.3.5. Normativa Contra Incendios | 29 |
| 3.3.6. Rutas a Realizar | 30 |
| Capítulo IV | 31 |
| 4.1. Estudio Económico | 31 |
| 4.2. Determinación de los Costos | 31 |
| 4.2.1. Costos de Producción | 31 |
| 4.2.2. Mano de Obra Directa | 32 |
| 4.2.3. Costos de Administración y Ventas | 32 |
| 4.2.4. Valores de Depreciación y Amortización de los Activos | 33 |
| 4.2.4.1. Depreciaciones y Amortizaciones | 35 |
| 4.2.5. Costos Financieros | 35 |
| 4.3. Inversión Total | 35 |
| 4.3.1. Análisis de Inversión | 35 |
| 4.3.2. Inversión Fija | 36 |
| 4.4. Determinación del Capital de Trabajo | 36 |
| 4.4.1. Inversión Variable | 36 |
| 4.5. Cronograma de Inversiones | 37 |
| 4.6. Determinación del Punto de Equilibrio | 38 |
| 4.7. Financiamiento de la Empresa | 38 |
| 4.8. Determinación del Estado de Resultados | 39 |
| 4.9. Flujo de Caja | 39 |
| 4.10. Balance General Inicial | 39 |
| Capítulo V | 40 |
| 5.1. Conclusiones | 40 |
| 5.2. Recomendaciones | 41 |

Anexos

- Anexo No. 1: Encuestas a Turistas Nacionales y Extranjeros
- Anexo No. 2: Tabulación de Respuestas a Turistas Nacionales y Extranjeros
- Anexo No. 3: Resumen Calculo de la Demanda
- Anexo No. 4: Selección de Vehículos
- Anexo No. 5: Rutas a Realizar
- Anexo No. 6: Análisis de Costos Variables
- Anexo No. 7: Rol de Pagos por Persona al Mes
- Anexo No. 8: Costos de Administración y Ventas
- Anexo No. 9: Análisis de Costos de Teléfono
- Anexo No. 10: Análisis de Costos de Agua Potable
- Anexo No. 11: Análisis de Costos de Energía Eléctrica
- Anexo No. 12: Análisis de Costos Anuales
- Anexo No. 13: Análisis de Depreciaciones de Activos Fijos
- Anexo No. 14: Amortización de Activos Intangibles
- Anexo No. 15: Presupuesto de Inversiones Activos Fijos
- Anexo No. 16: Calculo del Capital de Trabajo
- Anexo No. 17: Cronograma de Inversiones
- Anexo No. 18: Punto de Equilibrio o Cantidad Mínima Económica
- Anexo No. 19: Financiamiento de la Empresa
- Anexo No. 20: Estado de Resultados
- Anexo No. 21: Flujo de Caja
- Anexo No. 22: Estado de Situación del Año Base

Bibliografía

CAPITULO I

1.1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

Considerando el momento de redescubrimiento turístico que vive el país esto sumado al gusto por la aventura en vehículos todo terreno 4x4, esto nos llevo a la idea de crear una empresa turística donde se pueda unir la diversidad ecológica, la belleza de nuestras regiones con la emoción de descubrirlos a bordo de un 4x4 totalmente equipado, con toda la comodidad, seguridad y con guías expertos. La empresa 4x4 Turismo Ecológico es un servicio turístico especializado en expediciones a bordo de vehículos con tracción en las 4 ruedas en grupos reducidos donde la aventura de internarse en lo inexplorado y el contacto permanente con la naturaleza y los paisajes excepcionales, son el contenido para que los turistas se sientan los verdaderos protagonistas de esta película.

Nuestro servicio consistirá básicamente en:

- Circuitos de un día: Se recogerá al grupo en el hotel temprano por la mañana, se realizara las actividades programadas como campamento, comidas ligeras. La empresa será la responsable de facilitar al grupo de todos los implementos necesarios, carpas, fundas de dormir, bicicletas, cañas, alimentación, etc., dependiendo de lo que se realizará, se ofrece un refrigerio y se les regresa a su hospedaje.

Para poder llevar adelante esta empresa se tiene que contar con vehículos todo terreno, más los implementos necesarios para desarrollar esta actividad y el equipo necesario para las diferentes actividades.

La empresa esta dirigida a personas que les guste estar en contacto con la naturaleza y aventurarse a lo desconocido.

1.2. OBJETIVOS

1.2.1 OBJETIVO GENERAL

- Realizar un Plan de Negocios de una empresa dedicada al turismo de aventura, con un diseño que direcciona nuestros esfuerzos para ser puesto en operación en el 2006 y asegure su posicionamiento en el mercado con un alto margen de rentabilidad.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Determinar el potencial de mercado y demanda de la empresa.
- Generar estrategias de mercadeo para satisfacer esa demanda.
- Estructurar el diseño organizacional de la empresa.
- Planificar y controlar cada una de las actividades para instalar la empresa y su futura administración en sus diferentes áreas con miras a alcanzar en éxito en el momento.
- Determinar el tamaño y la localización de la infraestructura de la empresa.
- Determinar la Factibilidad Económica Financiera del proyecto de la empresa.

1.3. RESUMEN GERENCIAL

A través del presente documento se informa sobre el estudio realizado al proyecto del 4X4 Aventura “Turismo Ecológico”, que consiste en la creación de una Empresa de atención a los turistas nacionales o extranjeros con los servicios de distracción y entretenimiento a la mano con la aventura en vehículos todo terreno, a diferentes localidades de la Provincia del Azuay, este estudio se ha dividido en 3 etapas:

Análisis Etapa de Mercado

Dentro de la cual se ha determinado que el proyecto esta dirigido a personas entre los 18 y 50 años de edad, ya sean turistas nacionales o extranjeros.

De la diferencia entre la demanda del servicio de Turismo 4x4 y el análisis de la oferta se llega a la conclusión de que la demanda insatisfecha es de 12.461 personas, sin embargo debido a limitaciones de carácter económico y físicas no es recomendable el poder atender a 12.461 turistas, también consideramos que negocios de este tipo, que brindan un servicio de turismo no es rentable con menos de 682 personas, por lo que la demanda del proyecto, es decir el número de personas que recibirán nuestro servicio son 1.248 turistas al año.

La Oferta del proyecto, según la información de Agencia de Viajes y Operadoras de Turismo que tienen una atención similar nos lleva a concluir que la competencia abarca un total de 15.240 turistas.

La comercialización del servicio que ofrece la empresa de Turismo 4x4 se realizara aplicando un Plan de Marketing, con el que se pretende lograr; es dar a conocer el servicio para que los turistas que visiten nuestra provincia y les sea de agrado experimentar este novedoso servicio que se va a brindar.

El precio que se ha establecido, considerando los precios de la competencia, y la capacidad de pago de los interesados en el servicio, según las investigaciones realizadas es de \$100,00 por los 5 primeros años.

De esta etapa podemos concluir que el servicio tiene acogida y sería bien vendido.

Análisis Etapa Técnica

En esta etapa se establecerá *como* se llevaría a cabo el proyecto y si es o no factible, en términos técnicos, su ejecución.

El tamaño óptimo se ha determinado, considerando no solamente la demanda del proyecto, sino también por la capacidad económica de los socios, además se establecen los requisitos técnicos mínimos obligatorios que debe cumplir con las excursiones que se van a realizar para los turistas.

La localización óptima, de la empresa, luego de analizar todos los factores de las opciones de la ubicación se llegó a la conclusión: en la Provincia del Azuay, en la ciudad de Cuenca, específicamente en el sector comprendido entre las calles Gran Colombia, General Torres, Calle Larga y Mariano Cueva, es el lugar más conveniente.

Para determinar los lugares a ser visitados como rutas establecidas del proyecto, se realizó excursiones previas con los socios de la empresa y se estableció 13 rutas a diferentes lugares de la Provincia del Azuay.

La selección de equipos de la empresa 4x4 contara con todo lo necesario para las excursiones, los factores relevantes que han determinado la adquisición de equipo y maquinaria para llevar a cabo nuestro proceso productivo son:

- Proveedores.
- Precio de equipos que se consideran en la inversión inicial.
- Mano de obra necesaria, tomando en cuenta el personal.
- Consumos energéticos.

Según el organigrama general de la empresa, se contara 4 empleados como personal administrativo y el personal de Guías y Chóferes se lo contratara por horas, la empresa no requiere mucho personal, sino personal con experiencia en el turismo.

El análisis de la etapa técnica nos indica si es o no posible la ejecución de lo ofrecido en la etapa de mercado, y considerando *El tamaño optimo, La localización óptima y La selección de equipos*, para la prestación del servicio, efectivamente es muy posible.

Análisis Etapa Económica

La inversión fija que se tiene que realiza para la puesta en marcha del proyecto es de \$81.496.52, esto incluye los permisos de funcionamiento, gastos pre-operativo y todos los Equipos, Muebles y Vehículos necesarios para el proyecto.

Se determino el capital de trabajo en base a las necesidades que se debe cubrir durante los primeros quince días de funcionamiento de la empresa, se fijo el valor de \$2.800.69, en función a los costos.

En lo referente al punto de equilibrio tenemos que tener los primeros 2 años una demanda de 682 turistas para poder cubrir nuestros costos, esto nos implica un gran esfuerzo en la venta de nuestro servicio.

En el Flujo de Efectivo al aplicar el método del Valor Actual Neto con un horizonte de 5 años se puede ver que el proyecto resulta positivo en cuanto a un VAN de 84.324, lo que nos lleva a concluir que el proyecto va a permitir durante su horizonte que se llega a obtener ingresos.

De igual manera si analizamos el flujo de caja se puede ver que la Tasa Interna de Retorno llega a 41.65% aún a pesar de la inversión que el proyecto representa, desde el primer año de funcionamiento de la empresa tenemos utilidad de \$25.737.

En conclusión según la inversión y los costos que se detallan en esta etapa el proyecto es rentable y viable.

1.4. PRINCIPIOS Y VALORES

Al ser una empresa netamente de servicio en la que se esta en contacto directo y permanente con el publico. Hay que considerar también el hecho que nuestros clientes vienen a nuestro país y contratan nuestro servicio por tener momentos de relax y de disfrute en sus vacaciones.

Estos dos conceptos hacen que la empresa redoble los esfuerzos para que los empleados que son los encargados en dar diversión lo hagan con calidad y eficiencia, enmarcado en principios y valores claves. De tal forma que los turistas no se sientan engañados sino más bien, que lo que obtuvieron fue superior a lo que ellos pensaban.

Todos los principios valores son importantes. El fundamental es la transparencia, honradez y pro actividad. Esto es lo que buscaremos en el personal que se contrate como permanente y por contrato.

Ya que al hacer realidad la idea que se vendió y superar las expectativas del que contrata es la clave del éxito en este negocio, puesto que estos últimos se encargan de vender el producto.

Por ello la preocupación de la empresa de que el personal que se contrate sea honrado, pro activo y transparente.

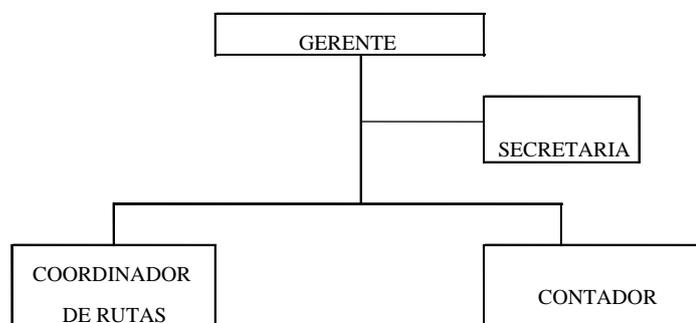
1.5. MISIÓN

Proporcionar a los Turistas unas vacaciones de ensueño redescubriendo el Ecuador de una manera diferente donde primará la más grande aventura en contacto con lo exóticamente natural. Teniendo la seguridad de que se cumplirá sus expectativas, con unos paquetes turísticos innovadores y creativos, causando el deseo de repetirlo.

1.6. VISIÓN

La visión de esta empresa tiene que resumir y resaltar lo importante que es para esta, el que los turista alcancen el máximo grado de cumplimiento de lo contratado, que desemboque en un alto grado de satisfacción, por los servicios que le prestamos.

1.7. ORGANIGRAMA



1.8. ESTRUCTURA FUNCIONAL Y ORGANIZATIVA

1.8.1. RECURSOS HUMANOS

Se describe a continuación las características y perfiles que debe tener cada empleado que laborara en esta empresa.

1.8.1.1. GERENTE

Es representante legal, responsable de la planificación, dirección y control de todas las actividades que se realizan tales como:

- Coordinar las actividades con los demás empleados de la empresa.
- Ser responsable del cumplimiento de las actividades asignadas, así como de la calidad en el servicio y profesionalismo que ofrecerá la empresa.
- Mantener informado a todo el personal de las excursiones y circunstancias que influyan a la empresa.
- Cumplir y hacer cumplir las leyes y normas de la empresa.
- Coordinar cursos de capacitación para los empleados.
- Verificar el eficaz cumplimiento de las actividades de todos los empleados.
- Visitar a las diferentes agencias de viajes, operadores turísticos y hoteles para dar a conocer nuestro producto.
- Seleccionar el equipo de trabajo.
- Autorizar pagos
- Autorizar compras

1.8.1.2. CONTADOR

Sus principales funciones son:

- Cumplir con lo dispuesto en el Código de Trabajo en cuanto al pago de sueldos y salarios.
- Llevar la contabilidad en forma transparente y actualizada.
- Informar periódicamente al gerente del estado financiero de la empresa.
- Tener la documentación necesaria para el pago de impuestos al SRI.
- Encargarse de los pagos de forma oportuna.

1.8.1.3. COORDINADOR DE RUTAS

Sus principales funciones son:

- Coordinar con los guías turísticos las rutas a desarrollarse.
- Hacer reconocimiento previo de las rutas a tomarse en la excursión.
- Realizar actividades de distracción durante el campamento.

1.8.1.4. SECRETARIA

Entre las funciones están:

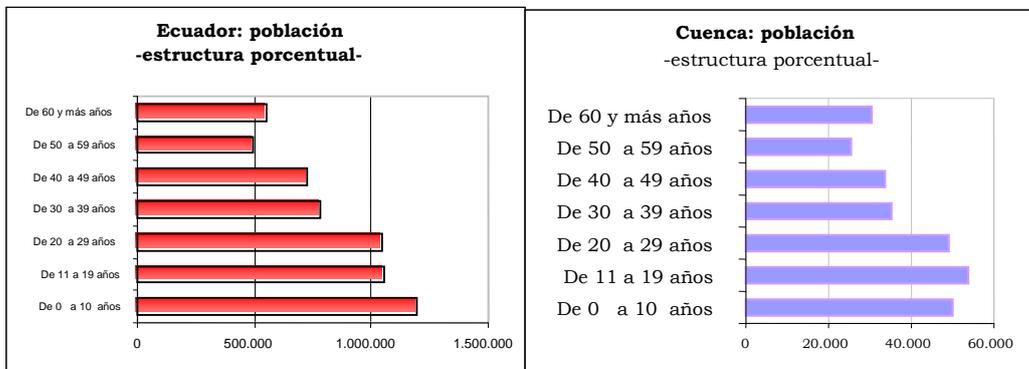
- Organizar las citas correspondientes a la empresa.
- Dar información a los clientes sobre nuestros servicios.
- Atender la central telefónica.
- Informar al gerente sobre los insumos que se requieren para cada excursión.
- Cobrar el dinero correspondiente que se cancele por la utilización del servicio.

CAPITULO II

2.1. ESTUDIO DE MERCADO

En esta etapa se analizará todo lo concerniente a la demanda, oferta, precios acerca de la creación de un Turismo de Aventura en 4x4. El objetivo es determinar la existencia de un mercado para el servicio y mediante la información obtenida poder diseñar una estrategia de penetración y diferenciación del mismo.

Cuenca tiene 278 mil habitantes (64 mil hogares) y Azuay 600 mil. Su población es relativamente joven (el 58% del total es menor de cuarenta años) y está compuesta en su mayor parte por mujeres (53% del total) de manera similar a lo que se observa en el resto del país.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, Censo de Población y vivienda, noviembre 2001

Elaboración: Estadísticas & Estudios

El proyecto ofrece un servicio de atención segmentado para personas que se encuentran entre los 18 y 50 años de edad.

2.2. ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Para efectuar el análisis de la demanda se han utilizado dos tipos de fuentes:

2.2.1. FUENTES SECUNDARIAS

Datos obtenidos del Ministerio de Turismo Plan Estratégico 2010 Cuenca y Ministerio de Turismo del Azuay.

2.2.2. FUENTES PRIMARIAS

Realización de encuestas directas a turistas nacionales y extranjeros que visitan nuestra provincia.

2.2.3. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

El objetivo es encontrar el número de turistas que se encuentran entre los 18 y 50 años de edad que puedan demandar el servicio de turismo de aventura.

2.2.4. INFORMACIÓN SECUNDARIA

El objetivo que se desea conseguir como resultado de esta información es determinar el mercado potencial para el servicio del Turismo Aventura en la Provincia del Azuay.

De los datos obtenidos del Turismo receptivo anual, en la Provincia del Azuay es de 310.687 personas período 2003 y 2004, los cuales son 247.571 Turistas Nacionales y 63.116 Turista Extranjero que visitan nuestra provincia ya sea fines de semana o feriados de los cuales.

Turismo Receptivo Nacional

| Clase de visitante | Visitas | Estructura porcentual |
|-----------------------|----------------|-----------------------|
| Visitantes | 247.571 | 100% |
| de fines de semana | 54.344 | 22% |
| de feriados Cuenca | 193.227 | 78% |
| Turistas | 228.424 | 92% |
| de fines de semana | 48.836 | 20% |
| de feriados Cuenca | 179.588 | 72% |
| Excursionistas | 19.147 | 8% |
| de fines de semana | 5.508 | 2% |
| de feriados Cuenca | 13.639 | 6% |

Fuente: Ministerio de Turismo, Unidad Ejecutora del Proyecto Cuentas Satélites del Turismo; Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador (julio 2002 – junio 2003), Elaboración: Estadísticas & Estudios

Turismo Receptivo Internacional

| Visitas | | | |
|---------------------------------|---------------|---------------|---------------|
| Trimestre | Hombres | Mujeres | Total |
| jul sep 2002 | 15.272 | 10.832 | 26.104 |
| oct dic 2002 | 8.159 | 5.895 | 14.054 |
| ene mar 2003 | 7.357 | 5.273 | 12.630 |
| abr jun 2003 | 6.052 | 4.276 | 10.328 |
| Total Cuenca | 36.840 | 26.276 | 63.116 |
| Total Ecuador | 536.200 | 379.548 | 915.748 |
| Porcentaje de Cuenca en Ecuador | 21% | 20% | 21% |

Fuente: Ministerio de Turismo, Unidad Ejecutora del Proyecto Cuentas Satélites del Turismo; Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador (julio 2002 – junio 2003), Elaboración: Estadísticas & Estudios

2.2.5. INFORMACIÓN PRIMARIA

El objetivo que se desea conseguir como resultado de la información primaria es determinar la cantidad de personas que estarían interesadas en recibir el servicio de Turismo Aventura, con las posibilidades de pago requeridas para recibir este servicio. Para esto cual se utilizan una encuesta.

- Encuestas a personas de 18 a 50 años de edad.

2.2.6. DEFINICIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA PARA REALIZACIÓN DE ENCUESTAS

Para realizar la investigación por medio de fuentes primarias, de modo que se pueda ver reflejado el comportamiento de toda la población objeto del estudio, se procede a definir el tamaño óptimo de la muestra, para lo cual se ha utilizado la fórmula en la cual se mide el tamaño a través de la raíz cuadrada del nivel de confianza multiplicado por el universo, multiplicado por la probabilidad a favor y por la probabilidad en contra, todo esto, dividido para el error de estimación al cuadrado multiplicado por el universo menos uno más el nivel de confianza al cuadrado multiplicado por la probabilidad a favor y por la probabilidad en contra.

$$n = \frac{z^2 N p q}{e^2 (N-1) + z^2 p q}$$

| | |
|------------------------------|-----------------------------------------|
| z = nivel de confianza | 1.96 con intervalo de confianza del 95% |
| N = universo o población | 310.687 |
| p = probabilidad a favor | 95% |
| q = probabilidad en contra | 5% |
| e = error de estimación | 4% |
| n = tamaño de muestra | ? |

Entonces “n” es igual a 114, cuando el nivel de confianza es de 95% y la desviación estándar del 4% con lo que se obtiene un valor z de 1.96, cuando la probabilidad a favor es de 95%, la probabilidad en contra es de 5% y el error de estimación alcanza un 4%.

El cuestionario realizado contiene preguntas dirigidas a los encuestados y su modelo se detallan en el *Anexo No.1*, cuyas preguntas fueron formuladas con la finalidad de llegar al objetivo de determinar las personas interesadas en utilizar el servicio de Turismo Aventura 4x4, y además con la finalidad de determinar las preferencias en cuanto a recibir el servicio y lo que estarían dispuestos a pagar por el mismo.

Utilizando la fórmula antes mencionada se llega a la conclusión de que se deben realizar 114 encuestas dirigidas a turistas nacionales y extranjeros de 18 a 50 años, según los cálculos realizados en el *Anexo No. 2*.

Para el cálculo se tiene en consideración que existe 121.168 turistas nacionales y extranjeros entre los 18 a 50 años de edad que visitan la Provincia del Azuay que realizan visitas turísticas, según el Ministerio de Turismo.

Como resultado de las encuestas se puede determinar que los turistas interesados en recibir el servicio de Turismo de Aventura en 4x4 que se encuentran entre los 18 y 50 años, lo representa un 39% del total de turistas que visitan a nuestra provincia, pero solo el 70% de estas personas tienen presupuestos para realizar visitas turísticas, el 71% de estos turistas estarían dispuestos a pagar por el servicio de turismo, sin embargo de esta población las personas que tienen capacidad de pago superior a los \$100,00 suman un

46%, todo esto según los resultados del *Anexo No. 3*, correspondiente a la tabulación de respuestas de encuestas realizadas directamente a los turistas nacionales y extranjeros entre los 18 a 50 años de edad.

| | |
|--------------------------------------------------|------------------|
| Total de Turistas | 310.687 personas |
| Universo Segmentado de 18 a 50 años | 121.168 personas |
| Turistas con presupuesto para visitas Turísticas | 84.818 personas |
| Turistas dispuestos a pagar por el servicio | 60.220 personas |
| Turistas con capacidad de pago | 27.701 personas |

Fuente: De acuerdo de resultados de encuestas

Gasto Promedio por Visitante

| Promedios | Fines de semana | Feridos |
|--------------------------------------|------------------------|----------------|
| Gasto turístico emisor por habitante | 39 | 116 |
| Excursionistas | 11 | 113 |
| Turistas | 43 | 146 |
| Visitante | 23 | 104 |
| Pernoctación | 43 | 146 |

Fuente: Ministerio de Turismo, Unidad Ejecutora del Proyecto Cuentas Satélites del Turismo; Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador (julio 2002 – junio 2003), Elaboración: Estadísticas & Estudios

En conclusión la información secundaria de los turista de 18 a 50 años de edad que visitan nuestra provincia, es la base con la cual se determina el mercado actual del servicio, que llega en el 2005 a 121.168 personas.

Del número de personas encuestadas para obtener la información primaria, se determinó que la cantidad de personas que demandan el servicio de Turismo de Aventura, es de 27.701 personas entre los 18 y 50 años de edad con capacidad de pago.

2.2.7. DEMANDA DEL PROYECTO

Al analizar las encuestas realizadas podemos deducir que nuestra demanda es de 27.701, pero sin embargo debido a nuestra capacidad instalada hemos determinado que nuestra demanda se determine de acuerdo a la capacidad de los 2 vehículos que vamos a disponer, por cada uno de ellos se va a llevar máximo 3 personas, los días martes, jueves, sábado y domingo de las 52 semanas del año. Nuestro crecimiento será proyectado de acuerdo a las posibilidades de adquirir más vehículos que permita una mayor capacidad de atención a los turistas.

| | |
|-----------------------------|--------------|
| DEMANDA DEL PROYECTO | 1.248 |
|-----------------------------|--------------|

2.3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

Dadas las características del tipo de servicio nos encontramos en un mercado de libre competencia.

2.3.1. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN

La investigación, tiene como objetivo determinar la oferta en el mercado para la dotación de este servicio, en nuestro medio no existen empresas que brinden el servicio de Turismo de Aventura 4x4, pero como referencia hay agencia de viajes que ofertan recorridos a lugares ya determinados.

2.3.2. INFORMACIÓN SECUNDARIA

El objetivo que se desea conseguir como resultado de la información secundaria es conocer la cantidad de Agencia de Viajes y Operadoras de Turismo en la Provincia del Azuay, con la finalidad de calcular la oferta.

Para esto se recurre al Ministerio de Turismo.

- Ministerio de Turismo: Lugares que brindan el servicio de turismo a la Provincia del Azuay.

| No. | Nombre | Paquetes a: |
|-----|-----------------------------------|---------------------------|
| 1 | Ecuador & Tours | Tours a Girón |
| 2 | AsoTur | Tours a Girón y Yunguilla |
| 3 | Apullacta | Tours a Yunguilla y Girón |
| 4 | Terra Diversa | Girón, Cajas, Cañar |
| 5 | Comisión de Alcaldía Santa Isabel | Zhagli |
| 6 | Medio Ambiente de San Fernando | Laguna de Buza |

Fuente: Ministerio de Turismo

De aquí se obtuvo que en la Provincia del Azuay, se determinó que todos hacen excursiones a sus respectivos destinos pero no dan el servicio que nosotros vamos a brindar por lo tanto no tenemos competencia para el proyecto.

2.3.3. INFORMACIÓN PRIMARIA

La finalidad que se desea como resultado de la información primaria es conocer la capacidad de atender a los turistas que visitan nuestra provincia.

- Observación directa a lugares que prestan el servicio de turismo.

Como resultado de esta investigación se constata que en la Provincia del Azuay no existe un Turismo Aventura 4x4, existen Operadoras de Turismo, Agencias de Viajes que realizan excursiones a lugares alejados de la ciudad tales como: Ecuador & Tours, AsoTur, Apullacta, Terra Diversa, Comisión de Alcaldía Santa Isabel, Medio Ambiente de San Fernando. Para determinar la oferta hemos tomado como dato de referencia la

capacidad instalada de las Operadoras de Turismo y Agencia de Viajes que más se asemejan con nuestro servicio, tienen las siguientes capacidades de atención:

| Nombre | Capacidad de Atención | Turistas Atend. |
|-----------------------------------|------------------------------|------------------------|
| Ecuador & Tours | 2.000 | 3.711 |
| AsoTur | 3.000 | 2.124 |
| Apullacta | 4.000 | 2.916 |
| Terra diversa | 4.000 | 2.974 |
| Comisión de Alcaldía Santa Isabel | 3.000 | 1.557 |
| Medio Ambiente de San Fernando | 3.000 | 1.958 |
| TOTAL | 19.000 | 15.240 |

Fuente: Ministerio de Turismo, Unidad Ejecutora del Proyecto Cuentas Satélites del Turismo; Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador (julio 2002 – junio 2003), Elaboración: Estadísticas & Estudios y información a las requerida a las operadoras de turismo.

Esta información nos lleva a concluir que la competencia abarca un total de 15.240 personas que visitan nuestra provincia, lo mismo que se constituye en la oferta del mercado.

2.4. DETERMINACIÓN DE LA DEMANDA INSATISFECHA

De la diferencia entre la demanda del servicio de Turismo de Aventura y el análisis de la oferta se llega a la conclusión de que la demanda insatisfecha es de 12.461 personas, según la tabla que se encuentra a continuación:

| | |
|----------------------|-----------------|
| DEMANDA | 27.701 personas |
| OFERTA | 15.240 personas |
| DEMANDA INSATISFECHA | 12.461 personas |

2.5. ANÁLISIS DE PRECIOS

Se ha realizado una investigación de los precios de la competencia, tomando como referencia las Operadoras de Turismo y Agencia de Viajes que se detallan a continuación, analizando los precios actuales vs. los precios del año anterior, los cuales han sufrido una variación leve, obteniendo la siguiente información:

| Nombre | Precio Año 2004 | Precio Año 2005 |
|-----------------------------------|------------------------|------------------------|
| Ecuador & Tours | 65 | 70 |
| AsoTur | 65 | 78 |
| Apullacta | 60 | 67 |
| Terra diversa | 75 | 85 |
| Comisión de Alcaldía Santa Isabel | 60 | 67 |
| Medio Ambiente de San Fernando | 55 | 65 |
| TOTAL | 63 | 72 |

En función de estos precios consideramos que nuestro precio sería de \$100.00

2.5.1 PLAN DE MARKETING

Producto: En vista de que el servicio que ofrecemos es nuevo en su género dentro de nuestra Ciudad, los costos son altos y más aún no es conocido en nuestra sociedad, consideramos conveniente, que la comercialización se debería hacer de forma directa, es decir con personal contratado y que pertenezca a nuestra empresa, lo que se pretende con esto es tener un control directo sobre la prestación del servicio.

Precio: Aunque los costos pudieran resultar altos por la atención personalizada, en el caso de este servicio no convendría la aplicación de la comercialización a través de intermediarios por lo tanto el canal será directo.

Plaza: El mercado al cual está dirigido nuestro servicio es las personas que visiten nuestra provincia ya sean nacionales o extranjeros, y lo que se busca es brindar el servicio directo al consumidor, por lo que nuestro esquema de comercialización sería Productor- Consumidor.

Publicidad: Se realizara una campaña publicitaria inicial para dar a conocer el servicio en las diferentes empresas e industrias de nuestra ciudad, la misma que se caracterizará por la atención personalizada desde el primer contacto con los clientes potenciales.

De la investigación realizada en lugares similares se ha podido observar que los mecanismos publicitarios más utilizados son: la página Web, Radio, Prensa Escrita y también utilizaremos el mecanismo boca – oreja, que garantice la obtención de nuevos usuarios a través de los referidos.

A todas las personas que soliciten información se les invitará a conocer nuestras instalaciones, para que conozcan los equipos a utilizarse y el cliente se sienta más seguro.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

En la provincia del Azuay existen 27.701 turistas anuales entre los 18 y 50 años de edad con capacidad de pago para ocupar nuestro servicio, que constituyen nuestra demanda actual, sin embargo nuestro proyecto podrá atender a 1.248 de estas personas, debido a la capacidad de los vehículos, pues se trata de brindar la comodidad y disponibilidad de espacio adecuado, para dar a los usuarios todo lo necesario para su bienestar y tranquilidad.

No existen Empresas de Turismo Aventura 4x4 en nuestra provincia por lo que la oferta de este servicio se encuentra en Operadoras de Turismo y Agencia de Viajes que presten un turismo similar pero con sus limitaciones de servicio personalizado y especializado.

El precio para la venta de nuestro servicio es de aproximadamente \$100.00 en función de los precios de las operadoras y agencias de viajes que prestan un servicio similar.

En cuanto a la comercialización se realizará un Plan de Marketing utilizando las 4P, una primera etapa de información y difusión personalizada de nuestro servicio, y en lo posterior las recomendaciones serán la fuente para darnos a conocer, por lo que depende de nuestra imagen y servicio, la permanencia en el mercado y el éxito frente a la competencia de otras ciudades.

En función de este estudio podemos deducir que este proyecto es factible y que resulta beneficioso tanto para la sociedad, como para nosotros, pues los turistas que visiten nuestra provincia van a recibir un servicio novedoso y con grandes emociones.

Una recomendación importante como resultado de este análisis es la importancia de la imagen que genere nuestra Empresa de Turismo de Aventura 4x4 con el equipo humano, pues depende de esto el alcanzar el éxito esperado en el mercado.

CAPITULO III

3.1. ESTUDIO TÉCNICO

Se procederá a analizar la manera óptima de llevar adelante el proyecto, para lo que se considerara el tamaño optimo, localización óptima y otras actividades de manera que se asegure el correcto y rentable funcionamiento de la empresa.

3.2. DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO ÓPTIMO DEL PROYECTO

Hay diferentes métodos que se pueden aplicar para determinar el tamaño adecuado como: el tamaño de la demanda, la capacidad instalada, pero sobretodo a la capacidad económica de los inversionistas interesados en el proyecto.

Se puede desprender que del total de turistas el 46% son potenciales demandantes de nuestro servicio, por lo que se considera un número demasiado grande para realizar el análisis del tamaño optimo. De acuerdo a nuestro producto no es el método más adecuado.

Para llevar adelante el proyecto se ha pensado en la compra de dos vehículos todo terreno de cuatro puertas para comodidad tanto en el ingreso como en la salida.

Es importante la seguridad y confort dentro de los parámetros que se establece en la empresa, además tienen que ser marcas reconocidas del 4x4 pero que estén dentro de los parámetros de inversión disponible de la empresa.

Considerando comodidad seguridad y versatilidad que debe cumplir el vehiculo además por el monto que se tiene previsto invertir que es el rubro más alto para la empresa naciente.

Los autos más recomendados son los que estén dentro de estas marcas:

- Toyota Prado Land Cruiser
- Montero Sport
- Tropper Wagon

Por ende, los carros que se buscaran para este propósito deberán estar dentro de estas marcas y modelos, que son los que cumplen en mayor grado con lo que se necesita para llevar adelante la empresa de una manera adecuada.

En este proyecto lo que define el tamaño óptimo, como se puede notar es el monto de inversión y que cumpla con normas sencillas, que está estrechamente relacionado con seguridad, confort y versatilidad del 4x4.

De las marcas mencionadas la que más se enmara es el Toyota Prado Land Cruiser, modelo 2005, *Según Anexo No 4.*

3.3. LOCALIZACIÓN ÓPTIMA DEL PROYECTO

3.3.1. MACRO LOCALIZACIÓN

La empresa como esta pensada y estructurada es para que su campo de acción sea la Provincia del Azuay, ya que en esta se desarrollara toda la actividad turística.

De todos los cantones de la provincia, el centro de operaciones será el cantón Cuenca ya que para los turistas, es la puerta de ingreso no solo para la provincia sino para el Austro del Ecuador por obvias razones ya sea por vías de acceso tanto aéreas como terrestre infraestructura hotelera, etc.

Si bien nuestro servicio de turismo se desarrollara en la Provincia del Azuay, se necesita un lugar donde se haga los contactos, por ello se ha pensado en una oficina que estará en la ciudad de Cuenca.

3.3.2. MICRO LOCALIZACIÓN

En de la ciudad se ha considerado algunas opciones donde se pueda instalar la oficina.

La ubicación tiene que cumplir con ciertas características básicas:

- De fácil acceso.
- Que se encuentre dentro del perímetro de influencia de los turistas.
- Fácil parqueo.
- Que se enmarque dentro del presupuesto establecido para el arriendo.
- No se le considere una zona de riesgo para el público.

Bajo este supuesto se noto algunas posibilidades donde se podría establecer la oficina.

- Sector del Mega Proyecto del Barranco.
- En el centro de la ciudad en el sector comprendido entre las calles Calle Larga, Gran Colombia, General Torres y Mariano Cueva.
- Sector del Aeropuerto.
- Sector de la Remigio Crespo.
- Av. Ordóñez Lazo.

Cruzando las características básicas a cumplir con las posibles ubicaciones en la ciudad se obtiene los siguientes resultados:

Mega Proyecto el Barranco: Esta comenzando a desarrollarse y por la construcción en si misma es de difícil acceso y no esta claramente definido donde podría ubicarse.

Sector Aeropuerto: Si bien por allí es una vía fuerte de ingreso de turistas tanto por aire como por tierra. Es sumamente conflictiva en el transito como en seguridad.

La Av. Remigio Crespo: Es una zona del mucho movimiento en cuanto a centro de diversión pero no esta muy cerca del perímetro de influencia de turistas sobre todo extranjeros.

Sector Ordóñez Lazo: Es la vía para el cajas y la costa pero es conflictiva y alejada del perímetro de influencia de turistas.

En el centro de Cuenca, dentro del sector establecido: Es la mejor opción ya que esta dentro de la influencia de turistas, ya que se encuentran hoteles, hostales, restaurantes, centros de diversión y servicios adicionales como Lavanderías, Café Net's y otros. De fácil ubicación, el parqueo esta normado si no es muy fácil pero se lo puede hacer, además la mayoría de turistas extranjeros no tiene carro.

Se podría conseguir arriendo acorde al presupuesto.

3.3.3. PROCESO DE PRODUCCIÓN

Una vez contactado el potencial cliente y que conozca los productos que se ofrece se seguirá los siguientes pasos:

- Se firmara un contrato entre las partes en cual se especifique claramente los servicios que contrata y ha que se compromete la empresa.
- Al tratarse da actividades de riesgo los participantes adicionalmente firmaran un documento en el cual se exima de cualquier responsabilidad por algún percance que pueda ocurrirles en el trayecto.
- Una vez pactado, los clientes pagaran el total de la factura. Si se tratase de una reservación, se abonara el 50% del valor a facturar. Si por cualquier índole se cancela la reservación perderá el valor abonado.
- Se les dotara del equipo necesario para las actividades que se desarrollaran.
- Se les retirara del hotel o vivienda donde se encuentren hospedados y al finalizar el día o terminar la expedición se les llevara de regreso.

- Al ser excursiones de un solo día se les ofrecerá un Box Lunch en la mitad del tour.
- Se cumplirá estrictamente con el cronograma acordado.

3.3.4. SELECCIÓN DE EQUIPOS

En cuanto a la selección de equipos para la empresa contara con todo lo estrictamente necesario para desarrollar todas actividades que se esta promocionando. La lista de todo los equipos que se usaran para las expediciones se detallan a continuación:

3.3.4.1. MAQUINARIA Y EQUIPO

| | |
|----|------------------|
| 1 | Generadores |
| 1 | Carpas Grandes |
| 2 | Carpa Pequeña |
| 2 | Lámpara |
| 10 | Sleeping |
| 2 | Hielera |
| 5 | Silla individual |
| 3 | Silla doble |
| 4 | Bicicletas |
| 4 | Cascos |
| 2 | Porta bicicleta |
| 4 | Caña de pescar |
| 2 | Winchas |
| 2 | Porta equipaje |
| 2 | GPS |
| 10 | Poncho de agua |
| 3 | Extintores |

3.3.4.2. EQUIPO DE SONIDO Y COMUNICACIÓN

| | |
|---|------------|
| 1 | Teléfono |
| 1 | Telefax |
| 1 | Televisión |

3.3.4.3. MUEBLES Y EQUIPO DE OFICINA

| | |
|---|-----------------|
| 1 | Archivador |
| 1 | Butacón |
| 3 | Escritorio |
| 1 | Computadora |
| 1 | Impresora Láser |
| 9 | Silla |

3.3.4.4. MUEBLES Y EQUIPOS DE COCINA

| | |
|---|----------------|
| 1 | Cafetera |
| 1 | Refrigeradoras |
| 1 | Microondas |
| 1 | Cocineta |

3.3.4.5. VEHÍCULOS

| | |
|---|--------------------------------|
| 2 | Toyota Prado Land Cruiser 2005 |
|---|--------------------------------|

3.3.5. NORMATIVA CONTRA INCENDIOS

Es importante cumplir con normas de seguridad para salvaguardar la integridad del personal como también de los clientes. Por lo que se cumplirá con todos los requisitos que indiquen los bomberos.

Lo que se exige para una oficina de una dimensión aproximada de hasta 50 metros cuadrados es mantener un extintor de 5 o 10 libras que contenga Polvo Químico Seco.

Adicionalmente una alarma contra incendios con detector de humo, conectada a la fuente eléctrica normal y de emergencia.

Se colocara un extintor en cada vehiculo que contenga Polvo Químico Seco y de 5 libras, que es el recomendado por los bomberos mas un botiquín de primeros auxilios.

3.3.6. RUTAS A REALIZAR

De todos los lugares realmente impresionante que se podría visitar. Inicialmente comenzaremos con los que a continuación se indica, por su alto grado de belleza y también por que se presta para realizar las actividades que se tienen programadas, *Según Anexo No 5.*

| Lugar | Sector |
|--------------------|--------------------------|
| Balcones del Azuay | Barabon Alto Sayausi |
| Río Jadan | Puente de Jadan |
| Cerro del Portete | Cumbe |
| Soldados | Soldados |
| Cajas | Parque Nacional Cajas |
| Cerro del Mozo | Nabón |
| Cerro Negro | Nabón |
| El Avión | Cerro del Durazno Tarqui |
| Laguna Chullacocha | Cumbe |
| Pucara | Cantón Pucara |
| Yanazacha | Yanazacha |
| San Fernando | Cantón San Fernando |
| Cabogana | Cerro del Cabogana |

CAPITULO IV

4.1. ESTUDIO ECONÓMICO

En esta etapa se procederá a ordenar y sistematizar la información de carácter monetario que nos han proporcionado las etapas anteriores, con el fin de elaborar los cuadros analíticos y datos adicionales para la posterior evaluación del proyecto.

4.2. DETERMINACIÓN DE LOS COSTOS

4.2.1. COSTOS DE PRODUCCIÓN

Nuestra empresa de Turismo Aventura 4x4, contempla una demanda de 1.248 turistas para los 5 años del horizonte del proyecto, en los cuales no aumentarán los costos del personal encargado de la operación, supervisión y administración, pues se considera que con el personal que arrancararía el proyecto se abastecerían todos los servicios que se prestarán.

Todos los costos detallados a continuación al igual que los ingresos, se encuentran calculados en términos constantes.

- Directos para la prestación del servicio

Dentro de este rubro se ha considerado la alimentación, los medicamentos y el combustible para el transporte, cuyo detalle se describe en el *Anexo No. 6*, el mismo que representa al año un total de \$26.389,92 siempre y cuando se encuentren los 1.248 turistas utilizando nuestro servicio.

4.2.2. MANO DE OBRA DIRECTA

El contrato de trabajo para la mano de obra directa se realizará por horas, para el personal que sea contratado como guías turísticos y chóferes, teniendo como el valor de la hora vigente para el año 2005 de \$1,36 y \$1,38 respectivamente, siendo el valor mensual del rol de pagos de \$219,42 y \$222,89. *Véase el Anexo No 7.*

4.2.3. COSTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Todos estos costos son considerados costos fijos para la empresa dentro de los cuales se incluye:

Gastos administrativos, correspondientes a las remuneraciones del personal administrativo, por un valor de \$1.818,68, mensual, contratados para tiempo fijo. *Véase en Anexo No 7.*

Arriendos, por un valor de \$400.00 mensuales.

Seguros, por un valor de \$2.142,00 anuales., la prima equivalente a un contrato por \$71.400,00 de los dos vehículos que se aseguran contra robo, incendio y pérdida parcial y total, según información obtenida en “Aseguradora del Sur”, compañía aseguradora. *Según Anexo No 8.*

Teléfono por un valor de \$70,50, y Agua por \$20,00 mensuales, que según indagaciones correspondería al valor cancelado en forma proporcional al de la competencia. *Según Anexo No 9 y 10.*

Para el cálculo del consumo eléctrico, se lo realiza según la equivalencia de los watios de cada equipo, el costo de este servicio ascendería a \$32,70 mensuales. *Véase Anexo No 11.*

4.2.4. VALORES DE DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE LOS ACTIVOS

El método de depreciación utilizado para el cálculo es de la depreciación lineal, con valor residual.

Según el *Anexo No 12* se determina de estos costos fijos y variables los cuales nos ayudara a determinar nuestro capital de trabajo.

| COSTOS FIJOS | | | | | |
|-------------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|------------------|
| PERIODO | AÑO 1 | AÑO 2 | AÑO 3 | AÑO 4 | AÑO 5 |
| COSTOS DIRECTOS | 10.615.56 | 10.615.56 | 10.615.56 | 10.615.56 | 10.615.56 |
| COSTO ADM. VENTAS | 31.144.59 | 31.144.59 | 30.244.59 | 30.244.59 | 30.244.59 |
| TOTAL COSTO FIJO | 41.760.15 | 41.760.15 | 40.860.15 | 40.860.15 | 40.860.15 |
| COSTOS VARIABLES | | | | | |
| TOTAL COSTO VARIAB. | 26.389.92 | 26.389.92 | 26.389.92 | 26.389.92 | 26.389.92 |
| TOTAL COSTOS | 68.150.07 | 68.150.07 | 67.250.07 | 67.250.07 | 67.250.07 |

Se efectúa un análisis de los diferentes costos en los cuales incurre la empresa de Turismo, tanto fijos como variables, se calculan costos de: salarios se analiza en el rol de pagos mensual por cada cargo según lo dispuesto en la ley, en el cual se observan el cálculo respectivo de la mano de obra directa, considerando los beneficios de Ley, se observa que asciende a un valor a \$10.615,56 para el personal directo en la prestación del servicio, mientras que el personal de administración suman \$21.824,14, lo que lleva a un costo anual en sueldos de \$32.439,70.

Otro costo en el cual se incurre es el costo de servicios básico, los cuales han sido analizados en función de las referencias obtenidas en Agencias de Viajes y Etapa, pudiendo determinar para el costo de agua un monto de \$ 240,00, así mismo en el análisis de costo de Energía eléctrica se prevé un valor de \$392,45 en el año para lo cual se analizó el costo de artefactos y luz encendida en la oficina. En el caso de los costos del teléfono se estimó un valor de \$846,00 anuales considerando minutos tanto para la tarifa convencional y tarifa celular. Todo esto da un costo total anual en servicios básicos de \$1.478,45.

Otros Costos que son estudiados son los de alimentación de los turistas que utilicen nuestro servicio, se determino un costo que asciende a \$5.522,40 para cada año.

Existen costos que también deben ser considerados para el caso la empresa de Turismo, como lo son el arrendamiento del local que según la zona específica llega a costar anualmente \$4.800,00; también se considera el seguro de los 2 vehículos que realizan las excursiones cuyo monto suma \$2.142,00 al año.

Costos adicionales entre los cuales se encuentran los medicamentos para los turistas que llegan a los \$360,00 al año, en cuanto a los costos de combustibles de los vehículos llegan a \$16.907,52 y el mantenimiento anual de los vehículos es de \$3.600,00.

En cuanto a los costos de ventas, considerando que se va a tener publicidad durante los dos primeros años, y que a partir del año 3 la estrategia de comercialización se va a realizar boca – oreja, se llega a observar que los dos primeros años los costos de publicidad es de \$900,00, Todo esto se detalla en el *Anexo No 12*.

4.2.4.1. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

Se ha realizado un análisis de los períodos de depreciación de Activos, el cual se detalla en el *Anexo No. 13*, llegando a tener un valor de \$15.975,90 en depreciaciones para cada año, para todo esto se ha considerado la vida útil de la Maquinaria y Equipo, Equipos de Sonido y Comunicación, Muebles y Equipos en General, Equipos de Computación y Vehículos, considerando además los períodos de reposición de aquellos activos cuya vida útil sea inferior a los 5 años.

Otro valor a considerar corresponde a las amortizaciones referentes a gastos pre-operativos y de constitución, para lo cual se toma en cuenta un período de 5 años con un valor de amortización anual de \$ 303,00, lo cual se describe en el *Anexo No. 14*.

4.2.5. COSTOS FINANCIEROS

En el caso de que nuestra empresa el financiamiento total de la inversión se realizara con capital propio de los socios.

4.3. INVERSIÓN TOTAL

4.3.1. ANÁLISIS DE INVERSIÓN

Para el análisis de la inversión para la empresa de Turismo ha debido considerar la inversión de los activos fijos y el capital de trabajo necesario para el funcionamiento de la misma.

Para llevar a cabo el proyecto de acuerdo a las especificaciones del mismo, se requiere de una Inversión Fija de \$81.496,52.

4.3.2. INVERSIÓN FIJA

La inversión fija requerida para poner en marcha el proyecto, es de \$79.981,52, cuyos valores se detallan de la siguiente manera:

| | |
|-----------------------------|------------------|
| Activos Fijos Tangibles | 79.981.52 |
| Activos Fijos Intangibles | 1.515.00 |
| TOTAL INVERSION FIJA | 81.496.52 |

El rubro de Activos fijos Intangibles detallado en el *Anexo No. 14* incluye los Gastos pre-operativos de \$415,00 y los gastos de constitución de \$1.100,00, se amortizarán a 5 años como gastos deducibles, mientras que el rubro de Activos Tangibles incluye la adquisición de, Maquinarias, Muebles, Equipos y Vehículos, cuyo detalle se encuentra en el *Anexo No. 15*, en el cual además de su valor se establecen los valores por depreciación anual \$15.975,90 y los valores de salvamento por \$1.602,00 de los activos al término del horizonte del proyecto.

4.4. DETERMINACIÓN DEL CAPITAL DE TRABAJO

4.4.1. INVERSIÓN VARIABLE

Para la operación normal de la Empresa de Turismo Aventura 4x4 de acuerdo con los requerimientos de efectivo para los 15 primeros días de funcionamiento, se calcula que el proyecto requeriría un capital de trabajo de \$ 2.800,69 de acuerdo al *Anexo No. 16*.

Dentro del Capital de trabajo se incluyen como egresos para el cálculo como:

- Costos fijos de Servicios básicos
- Pago por el Segurito de los vehículos
- Alimentación, medicación de los turistas
- Arriendo del local

- Combustible de los vehículos
- Remuneraciones
- Costo por suministro de oficina
- Publicidad

Dentro del valor calculado para el Capital de Trabajo, se proyecta control sobre gastos variables como la alimentación, mantenimiento de lo vehículos y combustible con el fin de cubrir imprevistos corrientes.

Considerando que el primer mes los ingresos que la empresa de turismo percibe seria el valor de los 104 turistas que van a recibir el servicio, con el valor de la contratación del servicio que son \$100,00, para lo cual debe haber un gran esfuerzo para poder captar el suficiente mercado.

| | |
|------------------------|------------------|
| Inversión Fija | 81.496.52 |
| Inversión Variable | 2.800.69 |
| INVERSION TOTAL | 84.297.21 |

4.5. CRONOGRAMA DE INVERSIONES

De acuerdo con las consultas hechas acerca del tiempo de entrega de los productos como las Maquinarias, Muebles, Equipos y Vehículos a nuestros proveedores, según lo previsto, que las actividades que se realizarán para la puesta en marcha del proyecto se llevarán a cabo durante el primer mes anterior a la puesta en marcha del proyecto, de acuerdo al cronograma de inversiones detallado en el *Anexo No. 17*, en el siguiente orden:

1. Estudio de Mercado
2. Adquisición de Muebles, Maquinaria y Equipo
3. Contratación de Personal
4. Puesta en marcha del Proyecto

4.6. DETERMINACIÓN DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

Al analizar el Punto de Equilibrio o cantidad mínima económica, en función de los costos fijos totales, los costos variables totales y el volumen total de ventas; se puede observar que nuestro punto de equilibrio del 1 al 2 año es de 682 turistas, con un ingreso de \$68,200 y para los años 3, 4 y 5 son de 673 turistas con un ingreso de \$67,300 lo que nos permite deducir que con los ingreso que recibimos podemos recuperar la inversión al plazo del 2do año y también se obtiene ganancia lo cual es rentable la creación de la empresa de turismo, el detalle de los diferentes años se encuentran en el *Anexo No. 18*.

4.7. FINANCIAMIENTO DE LA EMPRESA

Para cubrir la inversión total del proyecto, es decir, la inversión fija más la inversión variable, se contará con capital propio por un total de \$84.297,21, con un aporte individual de \$42.148,60 por parte de cada uno de los 2 socios que conformarán el la empresa de turismo, según el detalle del financiamiento de la inversión descrito en el *Anexo No. 19*, de esta forma se prevé quede cubierta en su totalidad, por lo que no se requerirá crédito para iniciar las operaciones normales de la empresa de turismo.

4.8. DETERMINACIÓN DEL ESTADO DE RESULTADOS

Para analizar la situación en la cual se va encontrar la empresa de Turismo Aventura 4x4 en función de las Ventas y los diferentes costos, se procede a realizar el Estado de Resultados proyectado para los 5 diferentes años de la Empresa, pudiendo observarse que desde el primer año de funcionamiento de la empresa se tiene utilidad de \$25.737,00 y obteniendo ganancia durante los 4 siguientes años, lo que equivale a una Utilidad Bruta en ventas de 45.39% y una Utilidad Líquida de 20.62%, lo cual se puede observar en el *Anexo No. 20*.

4.9. FLUJO DE CAJA

Con la finalidad de observar el comportamiento económico de la Empresa de Turismo en los diferentes años se realiza un flujo de efectivo proyectado, el cual se encuentra en el *Anexo No. 21*.

Aplicando el método del capital propio se determino una tasa de descuento del 8%, y al aplicar en el flujo de efectivo genera un VAN positivo de 84.324 y una TIR del 41.65%, lo cual es detallado en el *Anexo No. 21*.

4.10. BALANCE GENERAL INICIAL

Para tener conocimiento de cómo está la situación de la empresa en el Año 0 realizamos el análisis del Estado de Situación Inicial, en donde nos podemos fijar que tenemos un total de \$84.297,21 en activos, mientras que en Pasivo nos encontramos en 0, siempre y cuando se considere que no tenemos financiamiento del banco, y por tanto al tomar en cuenta esta variable nuestro patrimonio es de \$84.297,21, el cual se fundamenta en el aporte de 2 socios. Todo esto se puede visualizar en el *Anexo No 22*.

CAPITULO V

5.1. CONCLUSIONES

Para ofrecer un nuevo servicio es indispensable establecer primero el mercado al que queremos dirigirnos; para de esta forma determinar que necesidades deberíamos cubrir, desarrollando este Plan de Negocios podemos ir innovando el servicio sin quedarnos obsoletos con los paquetes turísticos.

Es necesario estar preparados teniendo un Plan de Negocios que nos permita aprovechar las oportunidades y prevenir inconvenientes de cualquier índole.

En conclusión podemos decir que con la creación de nuestra empresa 4X4 Aventura, el turismo en nuestra provincia y país podrá ser explotado de una forma diferente lo cual nos va a dar buenos resultados, con esto vamos a satisfacer la demanda insatisfecha y va a ser una empresa con buenas proyecciones a futuro.

Teniendo en cuenta que en nuestro medio contamos con todos los recursos especialmente los naturales para llevar a cabo este proyecto, además de introducir nuevas ideas de negocio a la sociedad con el fin de contribuir con el desarrollo de nuestra ciudad.

5.2. RECOMENDACIONES

Se debe de tener cuidado de tener los suficientes turistas semanalmente, caso contrario, no solo se tendría capacidad ociosa con los vehículos estacionados, sino que esto atentaría a los ingresos, no pudiendo cubrir el valor en el que se incurre por costos.

Además se debe de tener una excelente atención ya que nuestros posibles clientes no son de nuestra ciudad o país y así incentivarles a difundir lo experimentado y así tener mas demanda de turistas.

ANEXOS

BIBLIOGRAFIA

- 10.1 BACA URBINA, Gabriel, Evaluación de Proyectos, McGraw-Hill, 3ra. Edición
Bogotá Colombia, 1997.
- 10.2. SAPAG CHAIN, Nassir, SAPAG CHAIN, Reinaldo, Preparación y Evaluación de
Proyectos, McGraw-Hill, Era. Edición, Bogota Colombia 1998.
- 10.3. www.cuenca.gov.ec
- 10.4. www.vivecuador.com
- 10.5. www.bce.fin.ec
- 10.6. www.exploringecuador.com/espanol/index.htm
- 10.7. <http://www.ecoturismolatino.com/esp/ecoviajeros/alternativo/articulos/turalternativo.htm>
- 10.8. http://www.mma.es/polit_amb/fondos/redauto/pdf/ms_1pdf
- 10.9. <http://www.google.com/search?num=50&hl=en&domains=es.wikipedia.org&q=medio+natural+1%2Bconcepto&btnG=Search&site=es.wikipedia.org>
- 10.10. <http://www.4x4online.com.ar>
- 10.11 www.niva4x4.com.ar
- 10.12 PLAN ESTRATEGICO DE TURISMO CUENCA 2010; Ministerio de Turismo