UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

DIPLOMADO EN GESTIÓN EN FINANZAS

TESINA PARA LA OBTENCIÓN DEL DIPLOMA

PROYECTO TURÍSTICO PROVINCIA MORONA SANTIAGO

AUTORES:

BARRERA MONCAYO KARINA

GÓMEZ VALDEZ WILSON

SALAS LANDETA GALO

ORELLANA HUGO

2007 – 2008

ÍNDICE

I. Resumen…….....…….. 4
II. Introducción…….. 6
2.1. Tema…… 6
2.2. Antecedentes……... 6
2.3. Objetivos…… 8
2.4. Hipótesis…….. 8
III. CAPITULO: DESCRIPCION DEL PROYECTO……... 9
3.1. Alcance……9
3.2. Zona de Influencia……9
IV. CAPITULO: ANALISIS DE MERCADO……... 16
4.1. Productos…….. 16
4.2. Clientes……16
4.3. Temas no Contemplados en el Alcance……18
V. CAPITULO: ANALISIS DEL ENTORNO……... 19
5.1. FODA……19
5.1.1. Matriz FODA ……....… 19
VI. CAPITULO: ANALISIS DE RIESGOS……...20
6.1. ANÁLISIS……20
6.1.1. Escenario Pesimista…… 20
6.1.2. Escenario Normal…… 20
6.1.3. Escenario Optimista…… 21
VII. CAPITULO: REQUISITOS LEGALES APLICABLES…….…… 22
7.1. ESQUEMA LEGAL……..…… 22
VIII. CAPITULO: ANALISIS ECONOMICO FINANCIERO……. 26
8.1. IDENTIFICACIÓN DE COSTOS DEL PROYECTO…….26
8.1.1. Costos Operativos Recurrentes (COR)……..26
8.1.2. Costos de Inversión……31
8.2. EVALUACIÓN ECONÓMICA…….. 32

8.2.1. Prefactibilidad - Determinación de precio de venta…….…… 32
8.2.2. Factibilidad – Determinación de VAN, TIR, B/C…… 37
8.2.3. Análisis de Sensibilidad – Determinación de variables críticas…… 38
IX. CAPITULO: VISION DEL PROYECTO A FUTURO……. 40
X. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES……41
10.1. CONCLUSIONES……..41
10.2. RECOMENDACIONES…….42
XI. BIBLIOGRAFIA…… 44
XII. ANEXOS……. 44

I. RESUMEN

El presente trabajo pretende determinar las posibilidades turísticas de la provincia de Morona Santiago y la viabilidad de explotación de dicho potencial turístico a través de un proyecto de mediana inversión.

Inicialmente se realiza un análisis del Ecuador como país promotor del turismo para luego revisar las preferencias de los turistas extranjeros y nacionales, para determinar la orientación de nuestro proyecto. Aquí queda claramente definido como el ecoturismo y el turismo de aventura son las actividades preferidas. Luego, mediante un estudio de mercado, conformado por encuestas y su respetivo análisis se reafirman estas conclusiones y se obtienen detalles precisos de los gustos del turista nacional, así como otros datos relevantes como la cantidad que estarían dispuestos a gastar.

A continuación se definen los objetivos del proyecto y el alcance del mismo; se describe en detalle la información obtenida sobre la zona de influencia, la provincia de Morona Santiago, para entender las ventajas y desventajas que presenta la zona. Esta información contribuye al análisis FODA que nos permitirá prever los impactos que ciertos eventos pueden tener en nuestro proyecto.

Se continúa con el estudio de mercado que nos permite definir nuestro nicho de mercado y el producto que específicamente vamos a ofrecer. Dicho estudio consistió de 53 encuestas aplicadas a personas de diversas condiciones socioeconómicas y cuyos resultados son coherentes con las cifras que presenta el Ministerio de Turismo pero cuyo valor agregado más importante fue el conocer de manera directa las opiniones de los posibles clientes y sus gustos específicos. Cabe recalcar que los autores del presente trabajo realizaron personalmente las encuestas.

Inmediatamente después, se utilizan dos importantes herramientas de proyectos, el mapa estratégico (Balanced Scorecard) y el Análisis FODA, los mismos que clarifican el panorama del proyecto. Con las conclusiones obtenidas del FODA, se sigue con el análisis de riesgos, planteando escenarios optimista, normal y pesimista.

Luego se analiza la información legal para determinar la mejor opción de empresa para nuestro proyecto que viene a ser la Compañía Limitada. Aquí, aparte de información general de las compañías limitadas, se presenta información específica acerca de compañías turísticas y más aun información legal de acuerdo a la zona de influencia o sea la provincia de Morona Santiago.

Finalmente se realizó la evaluación financiera del proyecto, primero a nivel de perfil, el mismo que arrojó como resultado que las Ventas Proyectadas de los Productos Propuestos superaban a los Ingresos Anuales Mínimos calculados de dichos productos y por lo tanto se pasó a la siguiente etapa y se elaboró el flujo de fondos que permitió obtener importantes índices que confirmaron la rentabilidad del proyecto como son:

VAN = ***$ 5.698,59***

TIR = **27,51%**

B/C = **1,11**

Con todos los elementos de análisis expuestos, se procedió a sacar las conclusiones y recomendaciones para la implementación del proyecto. Cabe anotar que en los anexos constan en forma detallada: el modelo de la encuesta realizada, el estudio de mercado y el análisis financiero. En cuanto a la bibliografía, se utilizó únicamente el Internet y específicamente dos sitios Web: el del Ministerio de Turismo del Ecuador y el del Banco Central. En cuanto al área financiera, las herramientas adquiridas durante el Diplomado fueron suficientes para formular y evaluar satisfactoriamente el proyecto.

II.INTRODUCCIÓN

2.1 TEMA

Recientemente el ecoturismo y turismo aventura han comenzado a tomar importancia por temas socioeconómicos y gracias a la gran cantidad de recursos naturales y biodiversidad del Ecuador. Por esto, existe un crecimiento acelerado en la cantidad de turistas nacionales que participan en este tipo de turismo.

Debido a lo expuesto anteriormente, existen dos definiciones importantes que hay que precisar:

- ECOTURISMO, definidos como los viajes que tienen como propósito principal la interacción, conocimiento y contemplación de la naturaleza y la participación en su conservación, que generalmente se realiza en zonas poco perturbadas por el hombre.
- TURISMO AVENTURA, viajes realizados por personas motivadas a experimentar desafíos impuestos por la naturaleza y alcanzar logros.

El proyecto propuesto titulado: **"Proyecto Turístico Provincia Morona Santiago"**, es un sistema de servicios turísticos en la Amazonía Ecuatoriana, que pretende brindar al consumidor las experiencias antes descritas y cuyo ámbito de acción es la provincia de Morona Santiago. La finalidad principal de este proyecto es la obtención de una atractiva rentabilidad económica dentro de un marco sostenible al cuidado de la naturaleza, buscando fundamentalmente la satisfacción del cliente.

2.2 ANTECEDENTES

El Ecuador es un país potencialmente turístico gracias a su megabiodiversidad. Esta diversidad resulta más atractiva por ser un país de dimensiones comparativamente reducidas que permiten desplazamientos internos cortos en sus 256.000 Km^2.

El Ecuador tiene una historia de más de 40 años de acciones de conservación de su naturaleza, desde la declaración de las Islas Galápagos como área protegida en 1959. Cuenta en la actualidad con un Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que abarca a 35 áreas protegidas bajo la tutela del Estado, que cubren un 18,5% del territorio nacional, con una superficie superior a las 4,7 millones de hectáreas. Los bosques protectores alcanzan las 2,4 millones de hectáreas, lo que significa que el Ecuador tiene el 26% de su territorio bajo protección.

Revisando la evolución en el comportamiento de las llegadas de turistas internacionales al Ecuador, tomando como base el período comprendido entre 2000 y 2006, se observa un incremento del turismo del orden del 31,11%.

En el período comprendido entre 2004 y 2006, los principales clientes del turismo ecuatoriano muestran un incremento del 22,31%, siendo éstos: Norteamérica (Canadá y EEUU), Europa (España, Italia, Francia, Alemania, Reino Unido, Países Bajos), y el MERCOSUR (Argentina, Brasil, Chile). Debe entenderse que se apunta a un turista de alto consumo, abriéndose un nicho para el Ecuador bajo un modelo de turismo sostenible.

En cuanto a la estacionalidad de la llegada de turistas extranjeros, los meses de mayor afluencia de turistas son Enero, Marzo, Junio, Julio, Agosto y Diciembre.

En cuanto al turismo interno en Ecuador, la Encuesta de Turismo Interno (junio 2002-julio 2003) realizada por el MINTUR, los visitantes alcanzan casi los diez millones de los cuales 3.504.131 (36%) son excursionistas y 6.354.341 (64%) son turistas con al menos una pernoctación fuera de su residencia habitual.

En cuanto a preferencias de actividades de turistas internos, el mismo estudio hace una muestra de 2’666.315 turistas nacionales para conocer las preferencias y sitios de visita. Se determinó que las actividades de diversión ocupan el primer lugar (45,6%) en las preferencias de los turistas nacionales, mientras que los sitios naturales y las playas ocupan el primer (29,5%) y segundo lugar (29,1%).

2.3 OBJETIVOS

Los objetivos que incentivan este proyecto son:

- Prestar un servicio profesional que cumpla las expectativas de los clientes siendo ésta la base para alcanzar una rentabilidad sostenida.
- Explotar la capacidad turística de Morona Santiago.
- Promover la imagen turística del Ecuador.
- Generación de empleos en la zona.
- Adquisición de conocimiento y experiencia en la organización de paquetes turísticos competitivos.
- Posicionar al Ecuador dentro de las preferencias del turismo internacional.

2.4 HIPÓTESIS

El emprendimiento de un proyecto de servicios turísticos en la provincia de Morona Santiago con una inversión mediana y dependiendo de la infraestructura de la zona es rentable.

III. CAPÍTULOS: DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

3.1 ALCANCE

Este proyecto contempla el análisis de prefactibilidad, factibilidad y análisis económico de una serie de servicios turísticos en la amazonía ecuatoriana, provincia de Morona Santiago.

3.2 ZONA DE INFLUENCIA

La provincia de Morona Santiago está situada al sur oriente del Ecuador y de la Cordillera Oriental de los Andes, limita con las provincias de Pastaza y Tungurahua al norte, con Zamora Chinchipe al sur, con Perú al sur y al este y con las provincias de Chimborazo, Cañar y Azuay al oeste.

En esta provincia se mezclan los colores expresados en la flora y fauna. Al llegar a Macas, la capital, el silencio cambia al exótico sonido de los animales que se posan a la orilla del río Upano, que rodea la ciudad.

Las cuevas, laberintos y el Gran Cañón se llenan de vegetación y alojan a tayos y demás aves. El sur de la provincia ofrece también muchas posibilidades para el turismo de aventura: el Parque Nacional Sangay, donde se encuentran lagunas y la vista de fumarolas del volcán, además cascadas; Gualaquiza, donde la arquitectura tradicional se mezcla con la moderna, allí se encuentran los lavaderos de oro; también se puede conocer los secretos de los shamanes en una visita a la comunidad Shuar.

Morona Santiago está dividida en 10 cantones: Morona, Gaulaquiza, Limón Indaza, Sucúa, Palora, Santiago, Huanboya, San Juan Bosco, Taisha y Logroño.

Entre los sitios turísticos importantes se pueden encontrar: la Cascada Municipal, el Complejo de San Andrés, el Parque Recreacional y el Santuario de la Virgen. En los

alrededores de la capital están las Cuevas de los Tayos, el Parque Nacional Sangay, los Laberintos, el Valle del Río Upano, la Cascada de Macuma y la Comunidad Shuar.

Datos Generales:

Capital: Morona
Población: 143.348
Superficie: 25.691 km.
Altitud: 1.070 msnm
Temperatura: media 20ºC
Clima: mesotérmico húmedo, tropical húmedo lluvioso.

Transporte Terrestre: El servicio interprovincial lo hacen: Transportes Sucúa, transporte Gualaquiza y Turismo Oriental.

Transporte aéreo: Cuenta con el Aeropuerto Carlos Edmundo Carvajal de la ciudad de Macas, José Mario Jaramillo de Gualaquiza, algunas pistas de aterrizaje en Sucúa y Taisha y otras 80 particulares. El tiempo de duración del vuelo desde Quito es de 30 minutos.

Distancias Terrestres de Morona a: Quito, 366 Km.; Guayaquil, 432 Km.; Cuenca, 231 Km.; Baños, 190 Km.

Atractivos Naturales

Ciudad de Macas
El mejor acceso es por la vía Baños - Puyo, se encuentra a una distancia de 190 Km. Se ubica en las márgenes orientales del río Upano sobre una larga meseta, paralela al cauce, que nace en las estribaciones del volcán Sangay, la ciudad se nutre básicamente de la actividad económica, comercial y del turismo que accede a las regiones del bosque tropical amazónico.

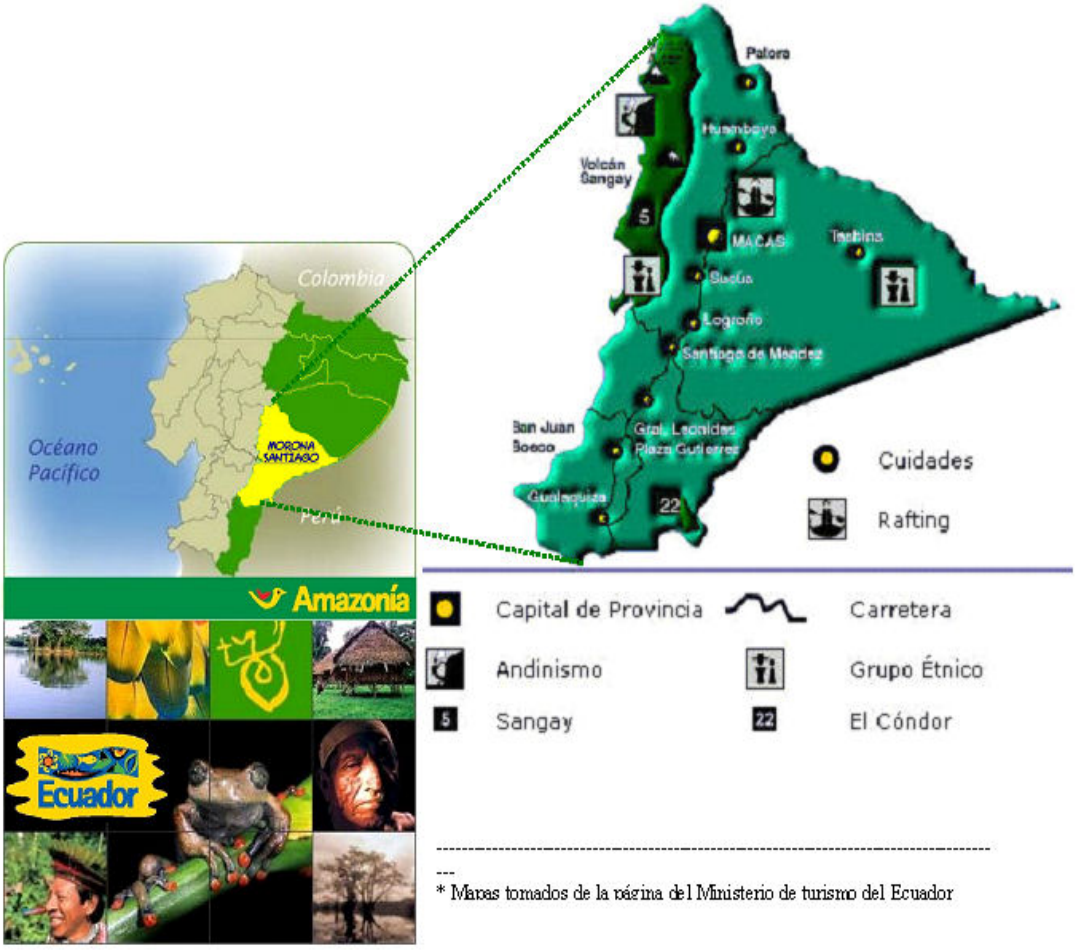


Figura 3.1

El puente sobre el río Upano es el aviso de la cercanía de Macas, un estilo pintoresco, clima especial, el olor a las flores, son algunas de las señales de una ciudad custodiada por el volcán más activo del mundo, el Sangay, ubicado a 30 Km de la capital.

Orquidario de Macas

Se encuentra en Macas; del centro de Macas se toma Vía asfaltada, 2 Km. hacia Sucúa.

Parque Nacional Sangay y Morona Santiago

Se ubica en la Parroquia Sangay, a una distancia de 40 Km de Macas. El volcán Sangay presenta un escenario espectacular, tiene una perfecta forma de cono volcánico, está considerado como uno de los más activos del mundo, alcanza una altura de 5.230 MSNM.

El sistema lacustre comprende los sectores del Altillo, Alta, Palmar y Sardinayacu. Para llegar al parque, desde la ciudad de Macas, se lo hace a la altura del Río Sardinayacu y la Quinta Cooperativa Luz de América, donde se encuentran senderos que se dirigen a los límites del parque; para recorrerlo en la mayor de parte se necesita de la ayuda de un guía de la zona.

Río Santiago

Fue una vía de comunicación fluvial importante en el periodo de la conquista del siglo XVI, ubicado en la parroquia Santiago, se llega por la vía Méndez – Morona, hacia la población de Puerto Morona.

Río Yaupi

A 65 km de Macas, hacia el oeste el bosque protector Kutukú, es un área sin impacto directo del hombre.

Santuario de la Purísima: Macas

Localizado en la ciudad de Macas en la orilla opuesta al río Upano, la virgen se levanta con majestuosidad, como eje aglutinador de la comunidad, estuvo presente en la conquista de la "Tierra de Macas", en referencia al grupo étnico Macas. En la última década del siglo XVI, la devoción a la virgen se incrementó a partir de un milagro colectivo, por ello la llamaron Purísima.

Grupos Humanos

Shuar

Etnia ancestral conocida mundialmente por la reducción de cabezas, temerarios, guerreros y grandes cazadores, han habitado por siglos las tierras del actual territorio de Morona Santiago, en principio tenían hábitos nómadas, caracterizados por vivir en la selva junto a ríos y lagunas, llegando a depender de gran forma de la caza y pesca. Actualmente son sedentarios y complementan estas actividades con la agricultura, hábiles para la elaboración de artículos artesanales a base de productos naturales como semillas, cortezas y otros de uso folklórico en fiestas y celebraciones.

Achuar

Grupo étnico muy similar a los Shuar, actualmente habitan a lo largo de la cordillera de Cutucú. Este grupo ha logrado mantener y preservar de mejor forma las manifestaciones culturales como sus cortes de cabello, la gran seriedad que les caracteriza, muy buenos elaboradores de cestería, cerámica y la reconocida y bien fabricada bodoquera.

Macabea

Cultura proveniente de un mestizaje; que han vivido desde hace mucho tiempo en la actual Macas, caracterizada por tener una alimentación basada en la rolaquimba, yuca maní, carne, etc. con sazón y adobe propia de su creatividad, la bebida de la guayusa restregada con hojas y ramas son las características particulares de la gente Macabea, además de una forma de vida sociable diferenciada en un trabajo de randimpa (minga) actividad que tenia como razón de trabajo comunitario.

SITIOS NATURALES DE LA PROVINCIA DE MORONA SANTIAGO

Nombre	**Cantón**
Parque Nacional Sangay	Morona
Cascada del alto Macuma	Morona

Valle del Upano	Morona
Mirador de Quílamo	Morona
Bosque protector Cutucú Shaine	Morona
Laguna de Caimanes	Morona
Laguna Sardinayacu	Morona
Laguna de Tsuntsuim	Huamboya
Cuevas del Mirador	Huamboya
Cavernas de piedra de Wacan	Huamboya
Cascada del Alto Arapicos	Sucúa
Aguas termales del Cumbatza	Sucúa
Reserva faunística del Cutucu	Sucúa
Cueva de los Tayos	Santiago
Laguna del Amor	Santiago
Cueva de Tayaza	Santiago
Cuevas de Logroño	Logroño
Laguna Kumpak	Logroño
Comunidad Shuar Yaupi	Logroño
Cueva de los Tayos	Limón Indanza
Lagunas del Progreso	Limón Indanza
Petroglifos de San José	Limón Indanza
Cascada del Guabi	Gualaquiza
Playas de Bomboiza y Zamora	Gualaquiza
Cueva y cascada de Tumbez	Gualaquiza
Ruinas del Remanso	Gualaquiza
Ruinas del Cady	Gualaquiza
Cerro Pan de Azúcar	San Juan Bosco
Cordillera del Cóndor	San Juan Bosco
Laguna de Pituir	Tiwintza
Cuevas Chinkianas	Tiwintza
Cascada de Mashuts	Taisha
Parque Nacional Sangay	Pablo Sexto

Complejo de cascadas del Río Amarillo	Pablo Sexto
Sendero ecológico Sangay	Pablo Sexto
Parque Nacional Sangay	Palora
Cueva de la Paz	Palora

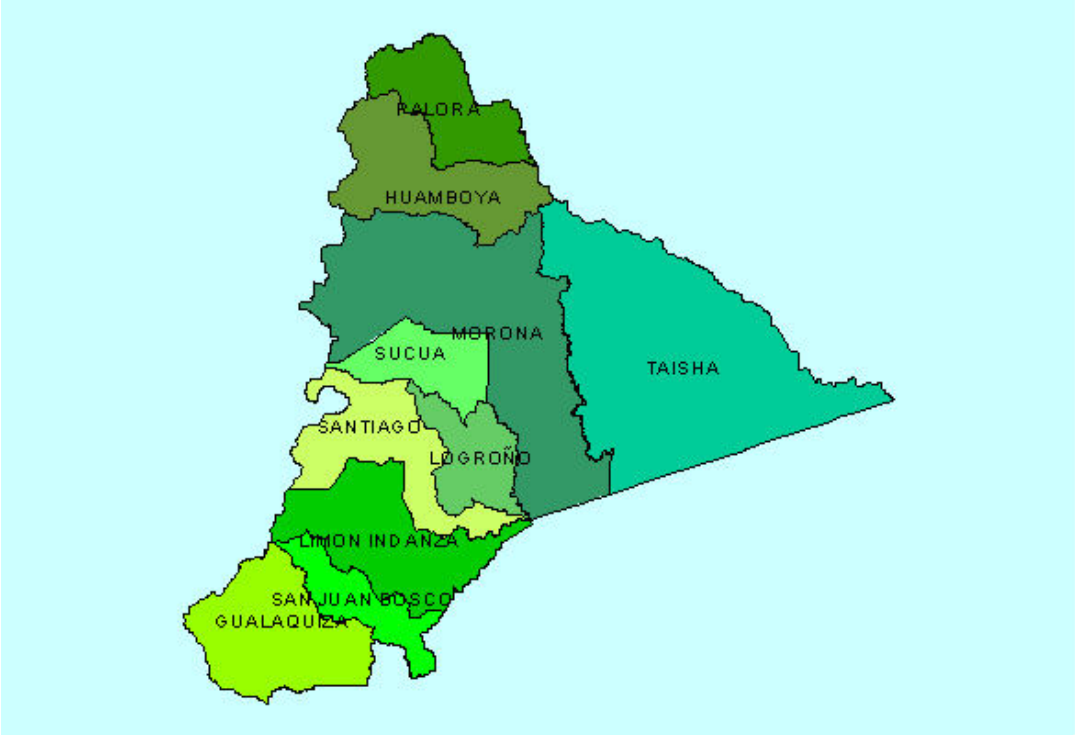


Figura 3.2

IV. CAPÍTULO: ANÁLISIS DE MERCADO

4.1 PRODUCTOS

Se define por producto turístico a una propuesta estructurada de viaje, a la que se incorporan servicios como: transporte, alojamiento, guías, etc. Por lo tanto, el producto deberá reunir como requisitos tres atributos fundamentales que son: atractivo, facilidades y accesibilidad.

En general hay en Ecuador tres líneas de productos claves: Ecoturismo, Turismo Cultural y Turismo de Deportes-Aventura, que constituyen el mayor volumen de la oferta.

El producto propuesto se denomina: **Fin de Semana de Aventura en Morona Santiago** e incluye: transporte, alimentación, deportes extremos, alojamiento en hotel y visita a reservas ecológicas y sitios de interés.

De acuerdo a las perspectivas del mercado, el producto propuesto se encuentra en el primer lugar dentro de las preferencias de los turistas internos, quienes prefieren las actividades de diversión y los sitios naturales.

Luego de un análisis de la infraestructura existente en la zona, se puede concluir que el producto cumple con los tres atributos fundamentales: **Atractivo**, gracias a las actividades y al sitio; F**acilidades**, aunque algo escasas, la zona cuenta con hoteles y restaurantes de diversas categorías y **Accesibilidad** gracias a los precios accesibles de los servicios.

4.2 CLIENTES

Para conocer las preferencias de los potenciales clientes, se realizó un estudio de mercado, consistente en n encuestas que arrojó los siguientes resultados correspondientes al turismo interno:

EDAD		
15-24	8	15,09%
25-34	20	37,74%
35-44	9	16,98%
45-60	16	30,19%

El promedio de edad es de 37 años

SEXO		
M	27	50,94%
F	26	49,06%

ESTADO		
C	26	49,06%
S	27	50,94%

El sexo y el estado civil presentan proporciones idénticas y resultan indiferentes.

GUSTO POR EL TURISMO-AVENTURA	
SI	92,45%
NO	7,55%

Un pequeño grupo expresó desagrado por la propuesta debido a causas como:

- Preferencia por otros lugares
- Disgusto por viajar
- El clima de la zona

HOSPEDAJE		
LUJO	SENCILLO	INDÍGENA
11	34	4
22,45%	69,39%	8,16%

Definitivamente, un hotel sencillo es la opción más popular aunque no hay que desconocer el peso del hospedaje de lujo que para el caso podrían ser los denominados "lodge". La vivienda indígena queda descartada.

En cuanto a las preferencias por las actividades, se verifican los resultados obtenidos del Ministerio de Turismo con un 29% para las Caminatas y observación de flora y fauna y un 27% para los Deportes en ríos. Es interesante, en cambio, el alto porcentaje obtenido por las Actividades de relajamiento que obtuvieron un 27%.

Otras actividades como las fiestas obtuvieron un 15% y la Convivencia con las comunidades indígenas un 2%.

TRANSPORTE		
A	19	38,78%
T	30	61,22%

En cuanto al transporte a pesar de que la preferencia es para la movilización por tierra, no se puede dejar a un lado el importante porcentaje de preferencia por el transporte aéreo.

COSTO		
200-250	250-300	300-350
12	29	8
24,49%	59,18%	16,33%

Finalmente, se puede observar que la mayoría de encuestados está dispuesto a pagar entre USD 250 y 300.

4.3 TEMAS NO CONTEMPLADOS EN EL ALCANCE

- Seguros de salud y vida
- Inversión en infraestructura

V. CAPÍTULO: ANÁLISIS DEL ENTORNO

5.1 FODA

5.1.1. Matriz FODA.

Con la finalidad de establecer las estrategias para el desarrollo de los servicios turísticos, se identificaron las siguientes fotalezas, oportunidades, debilidades y amenazas para el proyecto:

Tabla 5.1 Matriz FODA

TABLA 1: FODA EMPRESA DE SERVICIOS TURÍSTICOS

FORTALEZAS	**OPORTUNIDADES**
1. El proyecto requiere una inversión moderada	1.Pocas empresas de turismo y mercado potencial para servicios turísticos en el Oriente
2. Existencia de contactos en la zona de Morona Santiago que facilita la identificación y gestión de lugares turísticos en la provincia	2. Esfuerzos de municipios y autoridades de la región en el desarrollo y promoción turística de la zona
3. Buena relación con los proveedores de servicios de alimentación y alojamiento	3. Políticas de gobierno que promueven la promoción turística del Ecuador, que además otorgan incentivos tributarios para desarrollo del sector
4. Utilidade proyectadas atractivas para los inversionistas en función del plan de ventas	4. Construcción de la carretera Guamote Macas
DEBILIDADES	**AMENAZAS**
1. Alta dependencia de los proveedores de servicios de alojamiento, alimentación y guías turisticos.	1. Poca experiencia de los proveedores turísticos del sector pueden afectar la calidad del servicio
2. Falta de personal calificado en la zona que pueda ser contratado para brindar los servicios turísticos	2. Poco conocimiento de los potenciales clientes sobre la provincia de Morona Santiago
3. Entre los accionistas no existe una persona calificada para el manejo de negocios turísticos como lo requiere la ley	3. Infraestructura turística limitada en la zona
4. Precio de venta del paquete es restrictivo para ciertos segmentos del mercado, y requiere de una campaña de promoción turistica muy agresiva	4. Las políticas económicas de este u otro gobierno que pueden disminuir el poder adquisitivo de los potenciales clientes y/o subir los precios de los productos y servicios que se subcontratan
	5. Creación de políticas / leyes desfavorables para los inversionistas turísticos

VI. CAPÍTULO: ANÁLISIS DEL RIESGOS

6.1 ANÁLISIS

Este capítulo contempla el análisis de riesgos que se desprenden como resultado de la matriz FODA del capítulo anterior:

6.1.1 Escenario Pesimista

Para un escenario pesimista se puede preveer:

- Venta menor de paquetes turísticos, a los presupuestados para llegar al punto de equilibrio.
- Accidentes graves a los que están expuestos los turistas al practicar deportes extremos.
- Problemas con los proveedores de servicios de transporte alojamiento o alimentación.

Para mitigar estos riesgos:

- Campaña publicitaria agresiva para obtener las ventas adecuadas.
- Firmas de acuerdos con el cliente de que cualquier práctica de deportes extremos está bajo estricta responsabilidad de quien la ejecuta, y en donde la empresa de servicios se desvincula de cualquier compromiso o gravamen.
- Manejo adecuado de los convenios con proveedores.

6.1.2 Escenario Normal

Para un escenario normal se puede preveer:

- Venta adecuada de los paquetes turísticos acorde a las ventas mensuales planificadas, para óptimo funcionamiento de la empresa.
- Accidentes graves a los que están expuestos los turistas al practicar deportes extremos.
- Problemas con ciertos proveedores de servicios de transporte alojamiento o alimentación.

Para mitigar estos riesgos:

- Firmas de acuerdos con el cliente de que cualquier práctica de deportes extremos está bajo estricta responsabilidad de quien la ejecuta, y en donde la empresa de servicios se desvincula de cualquier compromiso o gravamen.
- Manejo adecuado de los convenios con proveedores.

6.1.3 Escenario Optimista

Para un escenario optimista se puede esperar:

- Ventas superiores a las planificadas de los paquetes turísticos..
- Cero Accidentes graves a los que están expuestos los turistas al practicar deportes extremos.
- Cero problemas con proveedores de servicios de transporte alojamiento o alimentación, debido a la obtención de buenos acuerdos, tanto de rentabilidad como de cancelaciones tempranas.

Para mitigar estos riesgos:

- Incremento sostenible de la capacidad operativa de la compañía, para satisfacer las necesidades de los clientes por el incremento de ventas.
- Firmas de acuerdos con el cliente de que cualquier práctica de deportes extremos está bajo estricta responsabilidad de quien la ejecuta, y en donde la empresa de servicios se desvincula de cualquier compromiso o gravamen.
- Conservar relaciones cordiales con los proveedores para continuar con el mismo servicio.

VII. CAPÍTULO: REQUISITOS LEGALES APLICABLES

7.1 ESQUEMA LEGAL

En el presente caso se decidió constituir una compañía de responsabilidad limitada ya que ésta tiene las siguientes características:

Es la que se contrae con un mínimo de dos personas, y pudiendo tener como máximo un número de quince. En ésta especie de compañías sus socios responden únicamente por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales, y hacen el comercio bajo su razón social o nombre de la empresa acompañado siempre de una expresión peculiar para que no pueda confundirse con otra compañía.

Este tipo de compañías puede consistir en una razón social, una denominación objetiva o de fantasía. Deberá ser aprobado por la Secretaría General de la Oficina Matriz de la Superintendencia de Compañías, o por la Secretaría General de la Intendencia de Compañías de Guayaquil, o por el funcionario que para el efecto fuere designado en las intendencias de compañías.

El capital mínimo con que ha de constituirse la compañía de Responsabilidad Limitada, es de cuatrocientos dólares. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse al menos en el 50% del valor nominal de cada participación y su saldo deberá cancelarse en un plazo no mayor a doce meses. Las aportaciones pueden consistir en numerario (dinero) o en especies (bienes) muebles o inmuebles e intangibles, o incluso, en dinero y especies a la vez. En cualquier caso las especies deben corresponder a la actividad o actividades que integren el objeto de la compañía. El socio que ingrese con bienes, se hará constar en la escritura de constitución, el bien, su valor, la transferencia de dominio a favor de la compañía, y dichos bienes serán avaluados por los socios o por los peritos.

PASOS PARA LA CONSTITUCIÓN

1.- Se puede emitir hasta 5 alternativas de nombres a la Superintendencia de Compañías, se aprueba un nombre.

2.- Luego se procede a realizar la minuta, revisada por el interesado y revisada por la Superintendencia de Compañías.

3.- Una vez aprobada la minuta, se hace aperturar la cuenta de integración en el Banco de Loja llevando: original y copia de la minuta, copia de cédulas de los socios, aprobación del nombre, cuadro de integración de capital, todos estos requisitos con copias notariadas.

4.- Una vez hecha la aperturación de la cuenta, y que todo se encuentre aprobado por el Banco se lleva al Notario, para elevar a escritura Pública.

5.- Luego de elevar la minuta a escritura pública, se lleva a la Superintendencia de Compañías 3 copias certificadas de la escritura, aprobación de nombre, para la elaboración del extracto para su publicación con una carta dirigida al Superintendente (10 x 15 cm).

6.- La Superintendencia entrega las escrituras aprobadas con el extracto y 3 resoluciones de aprobación de la escritura.

7.- Se lleva al notario toda la documentación, para su marginación, con la resolución de la Superintendencia.

8.- Se llama al Registro Mercantil para que nos conceda el número de partida o de registro el cual debe de ir en los nombramientos antes de llevar al Registro Mercantil, esto va acompañado al Registro Mercantil de las escrituras marginadas, con los nombramientos de Gerente y de Presidente.

9.- Se lleva a la Superintendencia toda la documentación con formulario 01ª, 01B, para que conceda el SRI el para funcionamiento de la Compañía (petición con firma de Abogado)– (1 día), (nombramiento de Gerente, copia de cédula y certificado de votación, escritura certificada, resolución de la Súper y su aprobación, con su registro de sociedades y carta de luz, agua o teléfono.)

10.- Luego una vez que el SRI entrega el RUC, se saca una copia y se lleva a la Superintendencia de Compañías para que nos den la carta de solicitud para el Banco y poder retirar el capital que se aportó (capital pagado). Se lleva al Banco personalmente copia de su nombramiento, copia de su cédula y la carta de la Superintendencia al Banco.

Siguiente paso se debe registrar en el Ministerio de Turismo como un Operador de Turismo para lo cual se debe seguir los siguientes pasos:

REQUISITOS Y FORMALIDADES PARA EL REGISTRO

1. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas;

2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante;

3. Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) (Av. República y Diego de Almagro – Edificio Forum) de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud;

4. Registro Único de Contribuyentes R.U.C.

5. Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía, y conforme con lo que se indica a continuación:

5.1 Para agencias de viajes mayoristas, el equivalente a cuatro mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumenta su activo real en el equivalente a setecientos cincuenta dólares de los Estados Unidos de América, por cada sucursal a partir de la segunda; y,

5.2 Para agencias de viajes internacionales, el equivalente es de seis mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumenta su activo real en el equivalente a un mil dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda; y,

5.3 Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil quinientos dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.

6. Nómina del personal, hoja de vida y copia del título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.

7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar.

8. Formulario de declaración del UNO POR MIL sobre Activos Fijos (MINTUR)

NOTA: Los locales destinados para el funcionamiento de agencias de viajes deberán contar un área mínima de 30 mts2 (Treinta metros cuadrados) independiente de otra actividad comercial.

VIII. CAPÍTULO: ANÁLISIS ECONÓMICO FINANCIERO

8.1 IDENTIFICACIÓN DE COSTOS DEL PROYECTO

Los costos del proyecto fueron agrupados en 2 tipos para su correcta identificación.

Por una parte se identificaron los Costos Operativos Recurrentes (COR) que incluye los costos asociados a la prestación del servicio y los gastos fijos recurrentes y por otra parte los costos de inversión, que son aquellos que los accionistas deberán incurrir por una vez.

8.1.1 Costos operativos recurrentes (COR)

En estos costos se encuentran aquellos relacionados directamente a los servicios que se deben contratar para la ejecución del paquete turístico, para cuya identificación se tomó como fuente de información costos reales vigentes para servicios de alojamiento, alimentación, transporte terrestre y aéreo, y una media referencial de los honorarios profesionales del sector que fueron proporcionados directamente por los proveedores de estos servicios en Morona Santiago.

Se consideró una duración del paquete turístico de 3 días y 2 noches, con el siguiente itinerario:

DÍA 1

13: 00 Viaje Quito – Macas (Aéreo o terrestre)

14:00 Almuerzo

15:30 City tour y recorrido turístico

20:00 Cena y Show

22:00 Alojamiento y Descanso

DÍA 2

08:00 Desayuno

09:00 Recorridos Turísticos

13:00 Almuerzo

14:30 Deportes en ríos

18:00 Retorno a Hotel – Descanso
20:00 Cena y Show
22:00 Alojamiento y Descanso

DÍA 3
07:30 Desayuno
08:30 Recorrido Turístico
10:30 Actividades recreativas con comunidades indígenas
12:00 Almuerzo
13:00 Retorno a Quito

Nota: Los horarios son únicamente referenciales y el orden de las actividades puede variar.

Los costos identificados para estos servicios son los siguientes:

Tabla 1a. Transporte

TIPO	Costo (USD) por persona
Avión	130
Transporte privado*	180

* En una buseta de hasta 18 pasajeros

Tabla 1b. Alimentación

Rubro	Cantidad	Costo (USD) por persona
Desayunos**	2	0
Almuerzos	3	15
Meriendas*	2	15
Bocaditos y extras		10
	Total	75

* Incluye show nocturno
** Está incluído en Alojamiento

Tabla 1c. Recorridos Turísticos

Entradas a sitios de interés	Costo (USD) por persona
Visita a Proyecto cultural Shuar y Biocorredor Parque Sangay	1
Complejo de cascadas Rìo amarillo	1
Huerto El Edén	1
Cavernas de piedra de Wacan	1
Reserva Nantar	10
TOTAL	**14**

Tabla 1d. Honorarios Guía Turístico

Honorarios profesionales	Costo / día (USD)
Guìa turístico	50
Total 1 día	50

Tabla 1e. Deportes / Diversión

Deportes en ríos:	Costo (USD) por persona
Alquiler de Tubing	5
Servicios de rafting	25
Total	**30**

Tabla 1f. Alojamiento

Alojamiento	No. noches	Costo (USD) por persona	Total
Hotel sencillo	2	20	40
Hotel lujo	2	45	90
Vivienda indìgena	2	10	20

Tabla 1g. Traslados internos

	No. dias	Costo / día (USD)	Total
Combustible	2	50	100
Mantenimiento	2	20	40
Honorarios chofer	2	30	60
Total			200

Tabla 1h. Traslados Quito - Morona Santiago

	No. dias	Costo / día (USD)	Total
Combustible	2	40	80
Mantenimiento	2	20	40
Honorarios chofer	2	30	60
Total			180

Tabla 8.1 Costos de servicios incluidos en paquete turístico

Estos costos se consideran variables con relación al número de personas y al número de servicios que se presten al mes y dado que una de las estrategias comerciales identificadas para este proyecto es la variedad de servicios que se puede presentar al cliente, se realizó un análisis de sensibilidad para cada uno de los siguientes productos:

a) *Producto A:* Paquete turístico que incluye transporte aéreo, alojamiento en habitación de lujo, recorridos turísticos y deportes en ríos.
b) *Producto B:* Paquete turístico que incluye transporte aéreo, alojamiento en habitación sencilla, recorridos turísticos y deportes en ríos.
c) *Producto C:* Paquete turístico que incluye transporte terrestre, alojamiento en habitación de lujo, recorridos turísticos y deportes en ríos.
d) *Producto D:* Paquete turístico que incluye transporte terrestre, alojamiento en habitación sencilla, recorridos turísticos y deportes en ríos.

Este análisis de sensibilidad determinó que el número mínimo de personas que deberían presentarse para dar el servicio deberían ser 12, durante 4 veces al mes o 24 personas durante 2 veces al mes. El detalle de este análisis de sensibilidad se encuentra en el Anexo 1.

Con esta información, los costos variables recurrentes del servicio se resumen en el siguiente cuadro para cada una de los productos ofrecidos:

Tabla 2a: COSTOS VARIABLES RELACIONADOS AL SERVICIO (COR) (USD/AÑO)	
COR VARIABLES (Producto A)	207264
COR VARIABLES (Producto B)	178464
COR VARIABLES (Producto C)	141024
COR VARIABLES (Producto D)	112224

Nota: Estos costos fueron obtenidos del análisis de sensibilidad (Anexo 1)

Además de estos costos variables, también se identificaron los siguientes gastos fijos recurrentes que se deben llevar a cabo para mantener la empresa como Operadora de Turismo.

Tabla 2 b: COSTOS OPERATIVOS RECURRENTES (FIJOS) (COR)

RUBRO	USD / MES	USD / AÑO
Salario personal fijo (profesional en turismo + 1 empleado adicional)+beneficios	1200	14400
Arriendo de local en Morona Santiago	250	3000
Internet	70	840
Teléfono (fijo+ celular)	60	720
Servicios básicos (agua+luz)	60	720
Arriendo local en Quito	200	2400
Publicidad	120	1440
Mantenimiento oficinas	20	240
Total	**1980**	**23760**

8.1.2 Costos de inversión

Para este análisis se tomaron como referencia los requisitos legales de una operadora de turismo referenciados en el capítulo 7. Se incluyen los costos de activos fijos e intangibles, así como el capital de trabajo incurridos por una sola vez.

Tabla 2c: COSTOS DE INVERSIÓN

RUBRO	USD
Capital inicial	900
Gastos de constitución	600
2 Computadores	1300
1 Furgoneta para 18 personas	29900
Muebles de oficina	2000
Equipos de comunicación (teléfonos fijos, móviles y 2 radios portátiles)	1000

Pago de 1x1000 sobre activos fijos (Min. Turismo)	33,2
Permisos Morona Santiago	200
Capital de trabajo	16456
Total	**52389**

8.2 EVALUACIÓN ECONÓMICA

8.2.1 Prefactibilidad – Determinación de precio de venta

Para determinar los ingresos anuales mínimos que de forma general se requerirían para cubrir los costos operativos recurrentes y aquellos asociados a la estructura financiera del proyecto es muy importante determinar la forma de financiamiento de la inversión y sus costos asociados.

En este caso, se ha definido que la inversión inicial se financiará de la siguiente forma:

Financiamiento de la inversión		
Fondos propios	27389	USD
Préstamo bancario	25000	USD

En estas condiciones, y considerando que el costo de los fondos propios es igual a la tasa de interés pasiva publicada por el BCE (5.96%)[3] y el costo de préstamo es la tasa de interés activa del BCE (10.17%)[3], el costo de la estructura de financiamiento seria:

Costo de estructura de financiamiento (CEF)	4174,90	USD

Los ingresos anuales mínimos están dados por la siguiente fórmula:

INGRESOS ANUALES MÌNIMOS =	COR + CEF

Donde: COR = Costo operativo Recurrente

CEF = Costo de estructura de Financiamiento

Considerando cada uno de los productos analizados, de acuerdo al anexo 1, los ingresos anuales mínimos deberían ser:

INGRESOS ANUALES MÍNIMOS (PRODUCTO A)=	**235199**	**USD**
INGRESOS ANUALES MÍNIMOS (PRODUCTO B)=	**206399**	**USD**
INGRESOS ANUALES MÍNIMOS (PRODUCTO C)=	**168959**	**USD**
INGRESOS ANUALES MÍNIMOS (PRODUCTO D)=	**140159**	**USD**

Para la realización del análisis económico del proyecto es fundamental la definición de los precios que cada uno de los productos ofertados debe tener, pues es éste el que en último término define el nivel de ingresos reales que se proyectaría tener en la empresa, y es en función de ellos que se da la utilidad de los accionistas.

Para la determinación de precios se realizó el análisis de sensibilidad descrito en el Anexo 1, y se consideró el estudio de mercado en el que se establecieron tanto las preferencias de actividades turísticas como los rangos de precios que los usuarios estarían dispuestos a pagar por el servicio que en su mayoría se centraba entre los 250 y 300 USD.

Para cada uno de los productos se analizaron los costos variables en función del número de personas y el número de servicios, cuyo producto es el no. de paquetes vendidos al mes, además de los costos fijos recurrentes (detallados en tabla 2b) y aquellos costos que son fijos con relación al servicio, como son los honorarios profesionales de los guías y los costos asociados al transporte interno.

Para este análisis se utilizó la siguiente ecuación:

$$UB = X^*(PV - CV) - CF$$

Donde:	UB	Utilidad bruta
	PV	Precio de venta
	X	No. de paquetes turísticos vendidos x mes
	CF	Costos Fijos
	CV	Costos variables

Con esta relación se determinaron los siguientes resultados:

PRODUCTO A
El punto de equilibrio se logra , vendiendo 4 paquetes al mes con mínimo de 12 personas cada uno y a un precio de 401 USD.
Para que se cubran los costos y se obtenga una utilidad mensual mínima de 700 USD, se debe vender 4 paquetes turísticos a un mínimo de 12 personas a un precio de venta de 415 USD.

PRODUCTO B
El punto de equilibrio se logra vendiendo 4 paquetes al mes con mínimo de 12 personas cada uno y a un precio de 351 USD.
Para que se cubran los costos y se obtenga una utilidad mensual mínima de 700 USD, se debe vender 4 paquetes turísticos a un mínimo de 12 personas a un precio de venta de 366 USD.

PRODUCTO C
Con esta alternativa se lograría el punto de equilibrio, vendiendo 4 paquetes al mes con mínimo de 12 personas cada uno y a un precio de 286 USD.
Para que se cubran los costos y se obtenga una utilidad mensual de 700 USD, se debe vender 4 paquetes turísticos a un mínimo de 12 personas a un precio de venta de 300 USD.

PRODUCTO D
El punto de equilibrio se lograría, vendiendo 4 paquetes al mes con mínimo de 12 personas cada uno y a un precio de 236USD.
Para que se cubran los costos y se obtenga una utilidad mensual de 1000 USD, se debe vender 4 paquetes turísticos a un mínimo de 12 personas a un precio de venta de 255 USD.

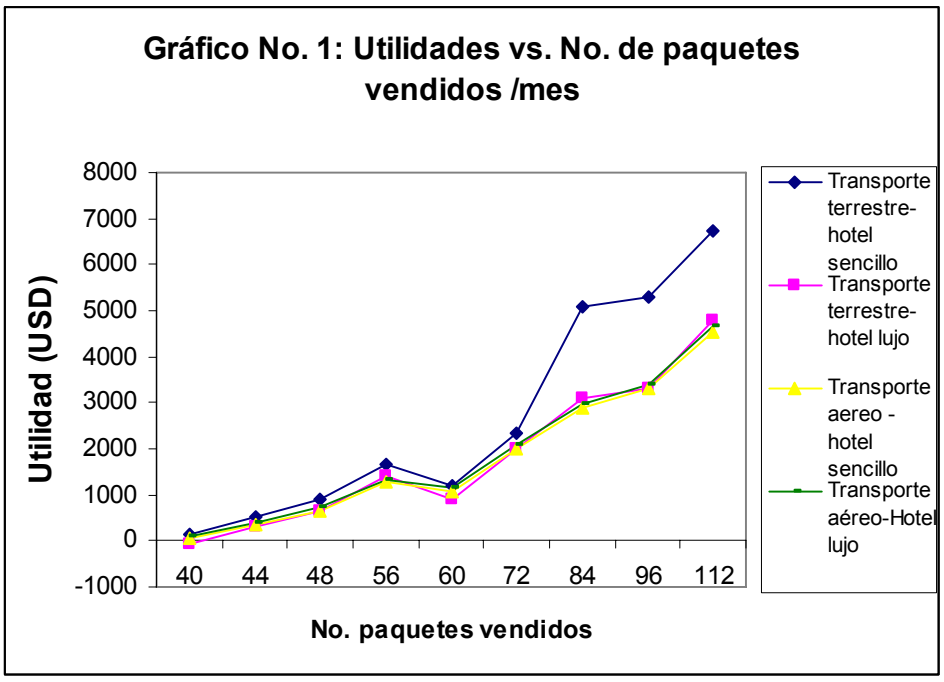
Como se puede observar, los productos que más se ajustan a los precios definidos en el estudio de mercado son los paquetes turísticos que ofrecen transporte terrestre (PRODUCTOS C Y D). En el caso del paquete turístico que ofrece transporte aéreo y hotel de lujo (PRODUCTO A), el precio determinado no sería atractivo para los clientes, por lo cual no debería contemplarse en el proyecto.

En el caso del producto que ofrece transporte aéreo y hotel sencillo (PRODUCTO B), resulta una opción interesante para un segmento de clientes con mayor poder adquisitivo que priorizan la comodidad al precio. Este paquete podría ofrecerse por 365 USD con avión o por 235 USD sin transporte aéreo, el cual puede ser gestionado directamente por el cliente.

En todos los casos se debe considerar que las variables que definen la rentabilidad del servicio, además de los costos son el número de personas y servicios que deben equilibrarse

entre sí para obtener una utilidad razonable. El mínimo número de personas que deben haber para dar el servicio sería 12, y al mes deberían darse al menos 4 servicios durante los fines de semana.

En el siguiente gráfico se detallan los márgenes de utilidad mensual que se obtendrían por cada uno de los productos ofrecidos considerando los precios definidos y tomando como variable independiente el número de paquetes vendidos durante el mes.



Como se puede observar el producto que mayor margen de contribución prestará a la empresa es el paquete con transporte terrestre y hospedaje en hotel sencillo y es necesario que la publicidad y promoción orienten al público a comprar este paquete como el producto estrella de la empresa.

El logro de estas utilidades proyectadas depende sobre manera de un plan de ventas agresivo que debe ser una de las estrategias comerciales de la empresa.

Con estos precios, los ingresos anuales proyectados en función del plan de ventas mínimo requerido para cada uno de los productos serían:

INGRESOS PROYECTADOS (PRODUCTO A)	239424 USD
INGRESOS PROYECTADOS (PRODUCTO B)	210624 USD
INGRESOS PROYECTADOS (PRODUCTO C)	173184 USD
INGRESOS PROYECTADOS (PRODUCTO D)	147984 USD

8.2.2 Factibilidad – Determinación de VAN, TIR, COSTO – BENEFICIO

El flujo de fondos proyectado para la empresa, considerando los ingresos como un mix de los productos B, C Y D en porcentajes de 5%, 25% y 70% respectivamente se presenta completo en el anexo 1. Esta misma consideración se realizó para la determinación de los costos de venta de los paquetes turísticos.

También se considera para los próximos 5 años un incremento de los costos de ventas y de los gastos operacionales, equivalente al 3.6%, definido en base a los valores de inflación acumulada del BCE.

Para que este proyecto sea atractivo, se considera una rentabilidad mínima del 20%, y en función de este valor se determinó el Valor Actual Neto, Tasa Interna de Retorno y la relación costo - beneficio.

Los índices obtenidos del flujo de fondos proyectado indican una buena rentabilidad:

VAN = ***$ 5.698,59***

TIR = **27,51%**

B/C = **1,11**

8.2.3 Análisis de sensibilidad – Determinación de variables críticas

Variación del precio de venta

Si el precio de venta disminuye solamente un 2%, se tiene un VAN negativo igual a $ -1.276,03 y la TIR ya no supera la tasa mínima exigida del 20 % ya que se ubica en el 18,29%. La relación beneficio costo queda en el 1,09%.

Variación de los costos de venta

Si los costos de venta aumentan solamente un 3%, se tiene un VAN negativo igual a $ -1.872,95 y la TIR ya no supera la tasa mínima exigida del 20 % ya que se ubica en el 17,49%. La relación beneficio costo queda en el 1,09%. Se deberá hacer una ponderación de los costos de venta (transporte, alimentación, hospedaje, servicios) para ver la afectación que tendría la variación del precio de un determinado proveedor.

Variación de la estructura de financiamiento

Resulta evidente que a medida que aumenta el financiamiento con crédito, aumenta la rentabilidad. Así, si se varía la estructura de financiamiento, digamos en una proporción que permita adquirir la furgoneta totalmente a crédito, la nueva estructura de financiamiento quedaría:

Fondos propios	22489	USD
Préstamo bancario	29900	USD

Y se tendría un VAN de $ 6.716,10, una TIR de 30,35% y una relación beneficio costo de 1,11.

También se puede ver que si se financia todo el proyecto con fondos propios, se tendrían un VAN de $ 507,22, una TIR de 20,39% y una relación beneficio costo de 1,11.

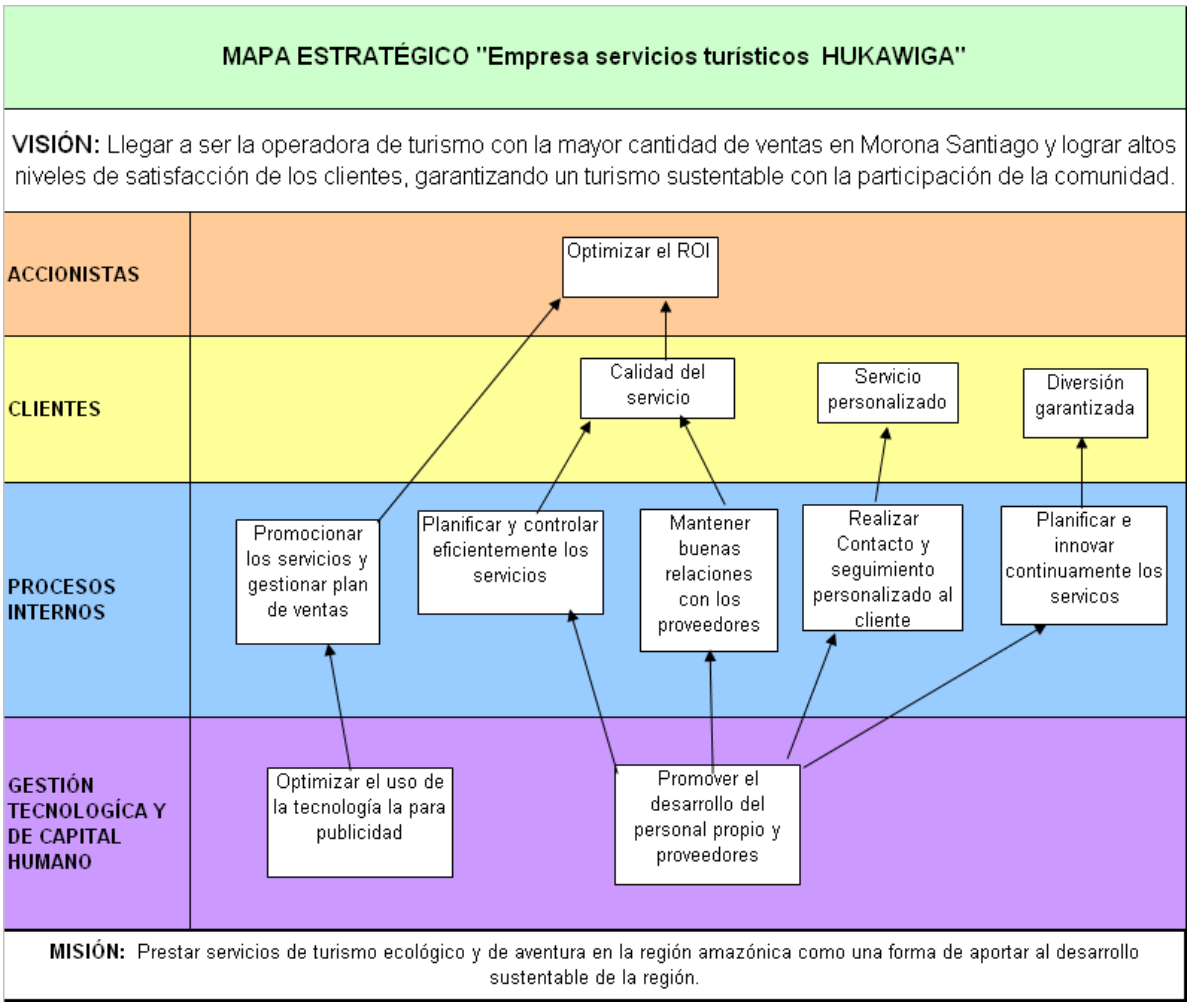
Variación del costo de la furgoneta

A pesar de que nuestra empresa es de servicios y por esta razón se debería minimizar los activos fijos, la furgoneta brinda una enorme operatividad y seguridad en la prestación del servicio. Adicionalmente se considera la adquisición de una furgoneta nueva para reducir el mantenimiento correctivo y aumentar la disponibilidad. Específicamente, se trata de una furgoneta KIA modelo Pregio Grand 2008.

Si ahora, se considera por un momento, la adquisición ya sea de una furgoneta nueva de otra marca que sea más barata o de una usada en excelentes condiciones que permita mantener los costos asignados de mantenimiento, por un precio digamos de USD 25000, la rentabilidad aumentaría y se tendría un VAN de $ 9.082,78, una TIR de 34,34% y una relación beneficio costo de 1,12.

IX. CAPÍTULO: VISIÓN DEL PROYECTO A FUTURO

Como resultado del análisis del entorno, FODA, de los aspectos legales y el análisis económico financiero, se identificaron las siguientes estrategias que permitirán llegar a tener una empresa rentable para los accionistas, con productos que satisfagan a nuestros clientes, como procesos internos efectivos gracias a la potencialización del recurso humano y tecnológico.



X. CAPÍTULO:CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

10.1 CONCLUSIONES

El sector turístico en Morona Santiago está en vías de desarrollo y existen aproximadamente 5 agencias de viajes categoría operadora y una agencia con categoría internacional[1], por lo cual la rivalidad aún no es muy alta.

Con respecto al producto ofrecido, las principales barreras de entrada, más que los costos del proyecto que no son altos, son el desconocimiento de los potenciales clientes sobre la región Amazónica y la reacción de empresas ya existentes que con la entrada de un nuevo competidor deben compartir los servicios de los mismos proveedores.

Es posible la aparición de empresas que ofrezcan servicios sustitutivos, como son empresas de transporte aéreo o terrestre que para aumentar su volumen de ventas ofrezcan adicionalmente paquetes turísticos con descuentos, en sociedad con otros proveedores.

Es predecible que los clientes deseen reducciones de precios, soliciten mejoras en la calidad de los servicios incluidos en el paquete turístico, especialmente en lo referente a alimentación y alojamiento o que incluyan una serie de comodidades que no en todos los casos es factible.

El poder de los proveedores será determinante, dado que forman parte de la cadena de valor del servicio.

Tomando en cuenta el bajo nivel de desarrollo turístico de la zona, dos factores claves de éxito que son la calidad de los servicios de alojamiento y alimentación pueden verse afectados por la poca infraestructura existente y también por la escasa capacitación que el personal que trabaja en el sector turístico ha recibido sobre el trato al cliente

[1] Fuente: Catastro de establecimientos turísticos del Ministerio de Turismo del Ecuador

La infraestructura turística tiene una capacidad limitada, lo cual puede afectar la disponibilidad del servicio en determinadas épocas del año.

Adicionalmente, los servicios que están asociados a deportes extremos están iniciando en la provincia, y por lo tanto los estándares de seguridad y experiencia del personal involucrado no es significativa.

En el caso de los guías autorizados y las reservas que están incluidas en el recorrido turístico, su disponibilidad podría estar sujeta también a visitas realizadas por otras agencias lo cual es determinante para el servicio.

Un importantísimo elemento que añade bastante distorsión al proyecto es la adquisición de la furgoneta para 18 personas. A pesar de que, una empresa de servicios, debería mantener sus activos fijos en un nivel muy bajo, la operatividad que aporta la furgoneta, permite tener una certeza de la calidad del servicio que se va a ofrecer ya que permite reducir al mínimo cualquier problema o imprevisto propio del proyecto.

10.2 RECOMENDACIONES

Pese a que existen pocas empresas turísticas en Morona Santiago, es importante ofrecer nuevos servicios y mejorar en la atención al cliente, con el fin de que la estancia sea lo más agradable posible, y que el número de clientes se incremente con el tiempo. Un factor diferenciador clave entre los competidores deber ser la publicidad y el manejo de contactos a nivel nacional e internacional.

Nuestra empresa debe enfocarse en personas que sientan cierta afición por las actividades de aventura y que disfruten del contacto con la naturaleza. Para lograr un equilibrio con las comodidades requeridas dentro del paquete podría ofrecerse al cliente una variedad de hoteles a su elección con pequeños rangos de afectación en el costo final del paquete. Esto permitirá ampliar la base de clientes que accedan a los servicios.

Frente a las dificultades que se puedan presentar con los proveedores de servicios de la zona, es necesario tomar en cuenta las siguientes actividades para garantizar la permanencia y solidez del servicio:

- Se deben realizar convenios con los principales establecimientos de alojamiento y alimentación y guías turísticos que incluyan compromisos de disponibilidad y niveles de servicio requeridos.
- Se debe coordinar con los Municipios que se encuentren en el área de influencia programas de capacitación en temas turísticos.
- Se requiere planificar con anticipación los servicios a realizar y organizar los paquetes estableciendo un mínimo número de clientes.

XI. BIBLIOGRAFÍA

Se utilizó únicamente el Internet y específicamente dos sitios Web:

- Ministerio de Turismo del Ecuador. http://www.turismo.gov.ec
- Banco Central del Ecuador. http://www.bce.fin.ec
- Ley de Compañías y Reglamento a la Ley de Compañías.
- Ley de Turismo y el reglamento a Ley de Turismo.
- Instructivo para la creación de Agencias de viajes del Ministerio de Turismo.

En cuanto al área financiera, las herramientas adquiridas durante el Diplomado fueron suficientes para formular y evaluar satisfactoriamente el proyecto.

XII. ANEXOS

Anexo 1 – Evaluación Financiera del Proyecto

Anexo 2 - Estudio de Mercado

EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

PRODUCTO: Fin de semana turístico en Morona Santiago

DURACIÓN: 3 dias y 2 noches

1. COSTOS DE LOS SERVICIOS INCLUÍDOS EN EL PAQUETE TURÍSTICO

Tabla 1a. Transporte

TIPO	Costo (USD) por persona
Avión	130
Transporte privado*	180

* En una buseta de hasta 18 pasajeros

Tabla 1b. Alimentación

Rubro	Cantidad	Costo (USD) por persona
Desayunos**	2	0
Almuerzos	3	15
Meriendas*	2	15
Bocaditos y extras		10
	Total	75

* Incluye show nocturno
** Está incluído en Alojamiento

Tabla 1c. Recorridos Turísticos

Entradas a sitios de interés	Costo (USD) por persona
Visita a Proyecto cultural Shuar y Biocorredor Parque Sangay	1
Complejo de cascadas Rìo amarillo	1
Huerto El Edén	1
Cavernas de piedra de Wacan	1

Reserva Nantar	10
TOTAL	**14**

Tabla 1d. Honorarios Guía Turístico

Honorarios profesionales	**Costo / día (USD)**
Guìa turístico	50
Total 1 día	50

Tabla 1e. Deportes / Diversión

Deportes en ríos:		**Costo (USD) por persona**
Alquiler de Tubing		5
Servicios de rafting		25
	Total	**30**

Tabla 1f. Alojamiento

Alojamiento	**No. noches**	**Costo (USD) por persona**	**Total**
Hotel sencillo	2	20	40
Hotel lujo	2	45	90
Vivienda indìgena	2	10	20

Tabla 1g. Traslados internos

	No. dìas	**Costo / día (USD)**	**Total**
Combustible	2	50	100
Mantenimiento	2	20	40
Honorarios chofer	2	30	60
Total			200

Tabla 1h. Traslados Quito - Morona Santiago

	No. dìas	**Costo / día (USD)**	**Total**
Combustible	2	40	80
Mantenimiento	2	20	40
Honorarios chofer	2	30	60
Total			180

2. ANÀLISIS DE PREFACTIBILIDAD

Tabla 2c: COSTOS DE INVERSIÓN

RUBRO	USD
Capital inicial	900
Gastos de constitución	600
2 Computadores	1300
1 Furgoneta para 18 personas	29900
Muebles de oficina	2000
Equipos de comunicación (teléfonos fijos, móviles y 2 radios portátiles)	1000
Pago de 1x1000 sobre activos fijos (Min. Turismo)	33.2
Permisos Morona Santiago	200
Capital de trabajo	16456
Total	**52389**

Tabla 2 b: COSTOS OPERATIVOS RECURRENTES (FIJOS) (COR)

RUBRO	USD / MES	USD / AÑO
Salario personal fijo (profesional en turismo + 1 empleado adicional)+beneficios	1200	14400
Arriendo de local en Morona Santiago	250	3000
Internet	70	840
Teléfono (fijo+ celular)	60	720
Servicios básicos (agua+luz)	60	720
Arriendo local en Quito	200	2400
Publicidad	120	1440
Mantenimiento oficinas	20	240
Total	**1980**	**23760**

Tabla 2a: COSTOS VARIABLES RELACIONADOS AL SERVICIO (COR) (USD/AÑO)	
COR VARIABLES (Producto A)	207264
COR VARIABLES (Producto B)	178464
COR VARIABLES (Producto C)	141024
COR VARIABLES (Producto D)	112224

Nota: Estos costos fueron obtenidos del análisis de sensibilidad (Anexo 1)

Tasa de interés pasiva (Abril 3- Fuente BCE)	5.96%
Tasa de interés activa (Abril 3- Fuente BCE)	10.17%

Financiamiento de la inversión

Fondos propios	22489 USD
Préstamo bancario	29900 USD

En estas condiciones, y considerando que el costo de los fondos propios es igual a la tasa de interés pasiva publicada por el BCE (5.96%)[3] y el costo de préstamo es la tasa de interés activa del BCE (10.17%)[3], el costo de la estructura de financiamiento seria:

Costo de estructura de financiamiento (CEF)	4381.19 USD

INGRESOS ANUALES MÌNIMOS =	COR + CEF

INGRESOS ANUALES MÍNIMOS (PRODUCTO A)=	**235405 USD**
INGRESOS ANUALES MÍNIMOS (PRODUCTO B)=	**206605 USD**
INGRESOS ANUALES MÍNIMOS (PRODUCTO C)=	**169165 USD**
INGRESOS ANUALES MÍNIMOS (PRODUCTO D)=	**140365 USD**

ANEXO1: ANÀLISIS DE SENSIBILIDAD PARA DETERMINAR LAS VARIABLES DE OPERACIÓN ÓPTIMAS

Con la finalidad de determinar cual es el paquete que ofrece mejor rentabilidad y se ajusta de mejor manera a los precios óptimos definidos en el estudio de mercado, se realizará un anàlisis de sensibilidad considerando las siguientes alternativas y los costos de las tablas 1.a, 1.b, 1.c, 1.d, 1.e, 1.f y 1.g:

Alternativa 1	**Alternativa 2**	**Alternativa 3**	**Alternativa 4**
.Transporte aéreo .Hotel de lujo .Deportes en ríos .Recorridos ecoturísticos guiados	Transporte aéreo . Hotel sencillo .Deportes en ríos .Recorridos ecoturísticos guiados	Transporte terrestre . Hotel de Lujo .Deportes en ríos .Recorridos ecoturísticos guiados	.Transporte terrestre . Hotel sencillo .Deportes en ríos .Recorridos ecoturísticos guiados

Las variables críticas que se considerarán para determinar el precio óptimo, serán el número de paquetes vendidos y la utilidad, dado por la siguiente ecuación:

UB = X*(PV - CV) - CF

Donde:

UB	Utilidad bruta
PV	Precio de venta
X	No. de paquetes turísticos vendidos x mes
CF	Costos Fijos
CV	Costos variables

Alternativa 1

Tabla 4: Análisis de costos

Costos variables del servicio:	**USD/ persona x servicio**
Transporte aéreo	130
Alojamiento lujo	90
Alimentación	75
Deportes en ríos	30
Entradas a recorridos	14
Total	*339*

Costos fijos del servicio	**USD/ servicio**
Honorarios guías	50
Gastos transporte interno	200
Total	*250*

Gastos administrativos mensuales (Tabla 2)	*1980*

Tabla 5: Utilidad vs. costo

No. servicios/ mes	**No. personas**	**Utilidad mensual**	**Precio venta (USD)**
2	5	0	587
2	10	0	463
4	12	0	401
4	15	0	389
4	15	500	397
4	15	1000	405
4	12	700	416

PRODUCTO A
El punto de equilibrio se logra , vendiendo 4 paquetes al mes con mínimo de 12 personas cada uno y a un precio de 401 USD.
Para que se cubran los costos y se obtenga una utilidad mensual mínima de 700 USD, se debe vender 4 paquetes turísticos a un mínimo de 12 personas a un precio de venta de 415 USD.

Alternativa 2

Tabla 6: Análsis de costos

Costos variables del servicio:	USD/ persona x servicio
Transporte aéreo	130
Alojamiento sencillo	40
Alimentación	75
Deportes en ríos	30
Entradas a recorridos	14
Total	*289*

Costos fijos del servicio	USD/ servicio
Honorarios guías	50
Gastos transporte interno	200
Total	*250*

Gastos administrativos mensuales (Tabla 2)	*1980*

Tabla 7: Utilidad vs. costo

No. servicios/ mes	No. personas	Utilidad mensual	Precio venta (USD)
2	5	0	537
2	10	0	413
4	12	0	351
4	20	0	326
4	15	500	347
4	15	700	350
4	12	700	366

PRODUCTO B
El punto de equilibrio se logra vendiendo 4 paquetes al mes con mínimo de 12 personas cada uno y a un precio de 351 USD.
Para que se cubran los costos y se obtenga una utilidad mensual mínima de 700 USD, se debe vender 4 paquetes turísticos a un mínimo de 12 personas a un precio de venta de 366 USD.

Alternativa 3

Tabla 8: Análisis de costos

Costos variables del servicio:	USD/ persona x servicio
Alojamiento lujo	90
Alimentación	75
Deportes en ríos	30
Entradas a recorridos	14
Total	*209*

Costos fijos del servicio	USD/ servicio
Honorarios guías	50
Gastos transporte interno	200
Transporte Quito - Morona	180
Total	*430*

Gastos administrativos mensuales (Tabla 2)	*1980*

Tabla 9: Utilidad vs. costo

No. servicios/ mes	No. personas	Utilidad mensual	Precio venta (USD)
2	5	0	493
2	10	0	351
4	12	0	286
4	20	0	255.25
4	15	500	279
4	15	700	282
4	12	700	301

PRODUCTO C
Con esta alternativa se lograría el punto de equilibrio, vendiendo 4 paquetes al mes con mínimo de 12 personas cada uno y a un precio de 286 USD.
Para que se cubran los costos y se obtenga una utilidad mensual de 700 USD, se debe vender 4 paquetes turísticos a un mínimo de 12 personas a un precio de venta de 301 USD.

Alternativa 4

Tabla 10: Análsis de costos

Costos variables del servicio:	**USD/ persona x servicio**
Alojamiento sencillo	40
Alimentación	75
Deportes en ríos	30
Entradas a recorridos	14
Total	*159*

Costos fijos del servicio	**USD/ servicio**
Honorarios guías	50
Gastos transporte interno	200
Transporte Quito - Morona	180
Total	*430*

Gastos administrativos mensuales (Tabla 2)	*1980*

Tabla 11: Utilidad vs. costo

No. servicios/ mes	**No. personas**	**Utilidad mensual**	**Precio venta (USD)**
2	5	0	443
2	10	0	301
4	12	0	236
4	20	0	205
4	15	500	229
4	15	700	232
4	12	1000	257

PRODUCTO D
El punto de equilibrio se lograría, vendiendo 4 paquetes al mes con mínimo de 12 personas cada uno y a un precio de 236USD.
Para que se cubran los costos y se obtenga una utilidad mensual de 1000 USD, se debe vender 4 paquetes turísticos a un mínimo de 12 personas a un precio de venta de 257 USD.

s	p	u	No. paquetes vendidos
4	10	140	40
4	11	524	44
4	12	908	48
4	14	1676	56
6	10	1200	60
6	12	2352	72
6	14	5064	84
8	12	5296	96
8	14	6752	112

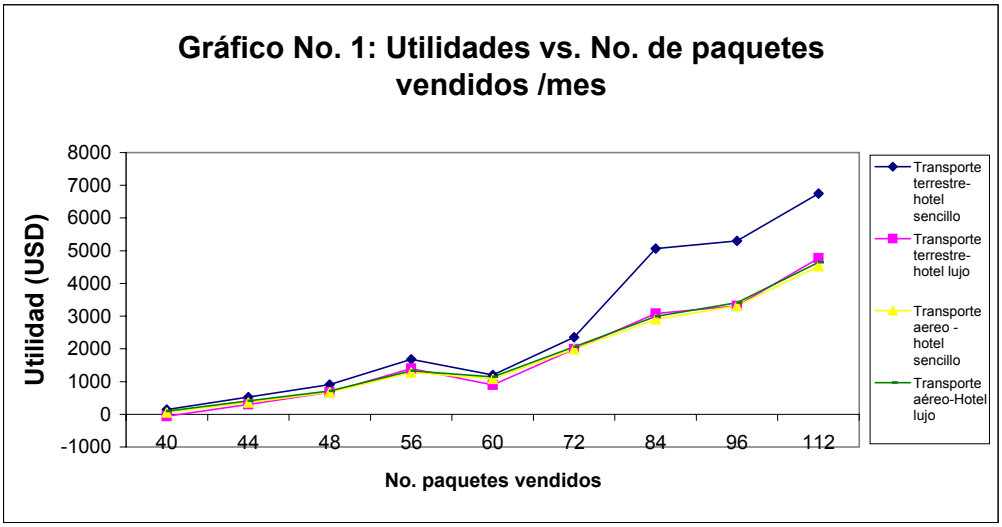


TABLA DE AMORTIZACIÓN					
	PRESTAMO	*CUOTAS*	*INTERESES*	*Abono a capital*	*SALDO*
0	25000				
1		$ -6,623.60	2542.5	4081.1	20918.90
2		$ -6,623.60	2127.5	4496.15	16422.75
3		$ -6,623.60	1670.2	4953.41	11469.34
4		$ -6,623.60	1166.4	5457.17	6012.17
5		$ -6,623.60	611.4	6012.17	0.00

s	p	u	No. paquetes vendidos
4	10	-60	40
4	11	304	44
4	12	668	48
4	14	1396	56
6	10	900	60
6	12	1992	72
6	14	3084	84
8	12	3316	96
8	14	4772	112

s	p	u	No. paquetes vendidos
4	10	60	40
4	11	364	44
4	12	668	48
4	14	1276	56
6	10	1080	60
6	12	1992	72
6	14	2904	84
8	12	3316	96
8	14	4532	112

s	p	u	No. paquetes vendidos
4	10	100	40
4	11	408	44
4	12	716	48
4	14	1332	56
6	10	1140	60
6	12	2064	72
6	14	2988	84
8	12	3412	96
8	14	4644	112

Tabla 3: Flujo de fondos "Empresa servicios turísticos HUKAWIGA"

Base	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas		$ 172,397	$ 178,603	$ 185,033	$ 191,694	$ 198,595
Costo de venta del paquete turístico						
Transporte aéreo		-$ 3,879	-$ 4,018	-$ 4,163	-$ 4,313	-$ 4,468
Alojamiento		-$ 32,820	-$ 34,002	-$ 35,226	-$ 36,494	-$ 37,808
Alimentación		-$ 44,755	-$ 46,366	-$ 48,036	-$ 49,765	-$ 51,556
Deportes en ríos		-$ 17,902	-$ 18,547	-$ 19,214	-$ 19,906	-$ 20,623
Entradas a recorridos turísticos		-$ 8,354	-$ 8,655	-$ 8,967	-$ 9,289	-$ 9,624
Honorarios guías turísticos		-$ 2,486	-$ 2,576	-$ 2,669	-$ 2,765	-$ 2,864
Honorarios choferes		-$ 5,818	-$ 6,028	-$ 6,245	-$ 6,469	-$ 6,702
Combustible recorridos turísticos		-$ 8,752	-$ 9,067	-$ 9,394	-$ 9,732	-$ 10,082
Total costo de venta paquete turístico		-$ 124,768	-$ 129,259	-$ 133,913	-$ 138,733	-$ 143,728
Gastos de operación:						
Salario personal fijo (profesional en turismo + 1 empleado adicional)+beneficios		-$ 14,918	-$ 15,455	-$ 16,012	-$ 16,588	-$ 17,185
Arriendo de local en Morona Santiago		-$ 3,108	-$ 3,220	-$ 3,336	-$ 3,456	-$ 3,580
Internet		-$ 870	-$ 902	-$ 934	-$ 968	-$ 1,002
Teléfono (fijo+ celular)		-$ 746	-$ 773	-$ 801	-$ 829	-$ 859
Servicios básicos (agua+luz)		-$ 746	-$ 773	-$ 801	-$ 829	-$ 859
Arriendo local en Quito		-$ 2,486	-$ 2,576	-$ 2,669	-$ 2,765	-$ 2,864
Publicidad		-$ 1,492	-$ 1,546	-$ 1,601	-$ 1,659	-$ 1,719
Mantenimiento oficinas		-$ 249	-$ 258	-$ 267	-$ 276	-$ 286
Mantenimiento vehículo		-$ 1,989	-$ 2,061	-$ 2,135	-$ 2,212	-$ 2,291
Depreciación computadores		-$ 260	-$ 260	-$ 260	-$ 260	-$ 260
Depreciación vehículo		-$ 2,990	-$ 2,990	-$ 2,990	-$ 2,990	-$ 2,990
Depreciación muebles		-$ 200	-$ 200	-$ 200	-$ 200	-$ 200
Depreciación equipos de comunicación		-$ 200	-$ 200	-$ 200	-$ 200	-$ 200
Total gastos de operación		-$ 30,254	-$ 31,212	-$ 32,204	-$ 33,232	-$ 34,297
Utilidad antes de impuesto		***$ 17,375***	***$ 18,132***	***$ 18,916***	***$ 19,728***	***$ 20,570***
Impuestos (36,25%)		-$ 6,298	-$ 6,573	-$ 6,857	-$ 7,151	-$ 7,457
Beneficio Neto		$ 11,076	$ 11,559	$ 12,059	$ 12,577	$ 13,113
Depreciación computadores		$ 260	$ 260	$ 260	$ 260	$ 260
Depreciación vehículo		$ 2,990	$ 2,990	$ 2,990	$ 2,990	$ 2,990
Depreciación muebles		$ 200	$ 200	$ 200	$ 200	$ 200
Depreciación equipos de comunicación		$ 200	$ 200	$ 200	$ 200	$ 200
Inversiones:						
Capital inicial	-$ 900					
Gastos de constitución	-$ 600					
2 Computadores	-$ 1,300					
1 Furgoneta para 18 personas	-$ 29,900					$ 14,950
Muebles de oficina	-$ 2,000					$ 1,000
Equipos de comunicación (teléfonos fijos, móviles y 2 radios portátiles)	-$ 1,000					
Pago de 1x1000 sobre activos fijos (Min. Turismo)	-$ 33					
Permisos Morona Santiago	-$ 200					
Capital de trabajo	-$ 16,456					
Total inversión - valor de desecho	**-$ 52,389**					$ 15,950
Préstamo	$ 25,000					
Cuota		-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624
Intereses						
Financiamiento inversionista	$ 25,000	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624
Flujo de caja neto	***-$ 27,389***	***$ 8,103***	***$ 8,585***	***$ 9,085***	***$ 9,603***	***$ 26,090***

VAN	***$ 5,698.59***	**VAN > 0 ==>**	**Proyecto es factible**
TIR	**27.51%**	**TIR > i ==>**	**Proyecto es factible**
Tasa de descuento mínima exigida (i)	20%		

Análisis costo beneficio:

Valor presente ingresos	$ 547,028.64
Valor presente costos	-$ 491,231
Relación Beneficio / Costo	**1.11**

B/C >1 ==> **Proyecto es factible**

Tabla 3: Flujo de fondos "Empresa servicios turísticos HUKAWIGA"

Base	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Ventas		$ 172,397	$ 178,603	$ 185,033	$ 191,694	$ 198,595
Costo de venta del paquete turístico						
Transporte aéreo		-$ 3,879	-$ 4,018	-$ 4,163	-$ 4,313	-$ 4,468
Alojamiento		-$ 32,820	-$ 34,002	-$ 35,226	-$ 36,494	-$ 37,808
Alimentación		-$ 44,755	-$ 46,366	-$ 48,036	-$ 49,765	-$ 51,556
Deportes en ríos		-$ 17,902	-$ 18,547	-$ 19,214	-$ 19,906	-$ 20,623
Entradas a recorridos turísticos		-$ 8,354	-$ 8,655	-$ 8,967	-$ 9,289	-$ 9,624
Honorarios guías turísticos		-$ 2,486	-$ 2,576	-$ 2,669	-$ 2,765	-$ 2,864
Honorarios choferes		-$ 5,818	-$ 6,028	-$ 6,245	-$ 6,469	-$ 6,702
Combustible recorridos turísticos		-$ 8,752	-$ 9,067	-$ 9,394	-$ 9,732	-$ 10,082
Total costo de venta paquete turístico		-$ 124,768	-$ 129,259	-$ 133,913	-$ 138,733	-$ 143,728
Gastos de operación:						
Salario personal fijo (profesional en turismo + 1 empleado adicional)+beneficios		-$ 14,918	-$ 15,455	-$ 16,012	-$ 16,588	-$ 17,185
Arriendo de local en Morona Santiago		-$ 3,108	-$ 3,220	-$ 3,336	-$ 3,456	-$ 3,580
Internet		-$ 870	-$ 902	-$ 934	-$ 968	-$ 1,002
Teléfono (fijo+ celular)		-$ 746	-$ 773	-$ 801	-$ 829	-$ 859
Servicios básicos (agua+luz)		-$ 746	-$ 773	-$ 801	-$ 829	-$ 859
Arriendo local en Quito		-$ 2,486	-$ 2,576	-$ 2,669	-$ 2,765	-$ 2,864
Publicidad		-$ 1,492	-$ 1,546	-$ 1,601	-$ 1,659	-$ 1,719
Mantenimiento oficinas		-$ 249	-$ 258	-$ 267	-$ 276	-$ 286
Mantenimiento vehículo		-$ 1,989	-$ 2,061	-$ 2,135	-$ 2,212	-$ 2,291
Depreciación computadores		-$ 260	-$ 260	-$ 260	-$ 260	-$ 260
Depreciación vehículo		-$ 2,500	-$ 2,500	-$ 2,500	-$ 2,500	-$ 2,500
Depreciación muebles		-$ 200	-$ 200	-$ 200	-$ 200	-$ 200
Depreciación equipos de comunicación		-$ 200	-$ 200	-$ 200	-$ 200	-$ 200
Total gastos de operación		-$ 29,764	-$ 30,722	-$ 31,714	-$ 32,742	-$ 33,807
Utilidad antes de impuesto		***$ 17,865***	***$ 18,622***	***$ 19,406***	***$ 20,218***	***$ 21,060***
Impuestos (36,25%)		-$ 6,476	-$ 6,750	-$ 7,035	-$ 7,329	-$ 7,634
Beneficio Neto		$ 11,389	$ 11,871	$ 12,371	$ 12,889	$ 13,426
Depreciación computadores		$ 260	$ 260	$ 260	$ 260	$ 260
Depreciación vehículo		$ 2,500	$ 2,500	$ 2,500	$ 2,500	$ 2,500
Depreciación muebles		$ 200	$ 200	$ 200	$ 200	$ 200
Depreciación equipos de comunicación		$ 200	$ 200	$ 200	$ 200	$ 200
Inversiones:						
Capital inicial	-$ 900					
Gastos de constitución	-$ 600					
2 Computadores	-$ 1,300					
1 Furgoneta para 18 personas	-$ 25,000					$ 12,500
Muebles de oficina	-$ 2,000					$ 1,000
Equipos de comunicación (teléfonos fijos, móviles y 2 radios portátiles)	-$ 1,000					
Pago de 1x1000 sobre activos fijos (Min. Turismo)	-$ 33					
Permisos Morona Santiago	-$ 200					
Capital de trabajo	-$ 16,456					
Total inversión - valor de desecho	**-$ 47,489**					$ 13,500
Préstamo	$ 25,000					
Cuota		-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624
Intereses						
Financiamiento inversionista	$ 25,000	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624	-$ 6,624
Flujo de caja neto	***-$ 22,489***	***$ 7,925***	***$ 8,408***	***$ 8,908***	***$ 9,425***	***$ 23,462***

VAN	***$ 9,082.78***	**VAN > 0 ==>**	**Proyecto es factible**
TIR	**34.34%**	**TIR > i ==>**	**Proyecto es factible**
Tasa de descuento mínima exigida (i)	20%		

Análisis costo beneficio:

Valor presente ingresos	$ 547,028.64
Valor presente costos	-$ 489,766
Relación Beneficio / Costo	**1.12**

B/C >1 ==> **Proyecto es factible**

ANEXO 2
TABULACIÓN DE DATOS DE LA ENCUESTA DE MERCADO

				M / F	S / C	SI / NO		L	S	I						SI / NO	A / T			
ITEM		NOMBRE	EDAD	SEXO	ESTADO CIVIL	GUSTO	MOTIVO	HOSPEDAJE			PREFERENCIA					COMPAÑÍA	TRANSPORTE	COSTO		
								LUJO	SENCILLO	INDÍGENA	CAMINATAS	RÍOS	COMUNIDAD	RELAX	OTRA			200-250	250-300	300-350
1	1		35	F	C	1			1		1	3	2	4		1	A		1	
2	1		33	F	S	1		1			2	3	4	1		1	A		1	
3	1		30	M	S	1				1	3	1	2	4		1	A		1	
4	1		31	M	C	1			1		2	1	3	4		1	T		1	
5	1		28	F	S	1		1			2	1	3	4		1	T		1	
6	1		48	F	C	0	NO VIDA EN EL CAMPO													
7	1		15	M	S	1				1	3	2	1	4		1	T		1	
8	1		29	F	S	1			1		1	2	4	3		1	T	1		
9	1		32	F	S	1				1	1	2	3	4		1	A	1		
10	1		33	F	S	1		1			1	3	2	4		1	T		1	
11	1		34	M	S	1			1		1	2	3	4		1	T		1	
12	1		38	M	S	1			1		1	2	3	4		1	A		1	
13	1		31	F	S	1		1			3	1	4	2		1	A		1	
14	1		45	M	C	1			1			1				1	T		1	
15	1		20	F	S	1			1			1				1	T	1		
16	1		45	M	C	1			1							1	T			1
17	1		36	M	S	1			1		3	1	4	2	5	1	A		1	
18	1		47	F	C	1			1		2	3	5	1	4	1	A			1
19	1		23	F	S	1		1			3	2	5	1	4	1	A		1	
20	1		56	M	C	1		1			3	5	4	1	2	1	A			1
21	1		32	F	C	1			1		2	4	3	1	5	1	T		1	
22	1		47	F	C	1			1		1	5	4	3	2	1	A		1	
23	1		38	M	S	1			1		2	1	5	3	4	0	A		1	
24	1		22	F	S	1			1		3	4	5	2	1	1	T	1		
25	1		60	M	C	0	NO LE GUSTA VIAJAR													
26	1		41	M	C	1			1		1	3	5	4	2	1	T			1
27	1		56	M	C	1		1			1	4	5	3	2	1	A			1
28	1		38	F	C	1			1		2	3	5	1	4	1	T		1	
29	1		46	M	C	1			1		1	3	5	2	4	1	T	1		
30	1		33	F	C	1			1		3	4	2	1	5	1	T		1	
31	1		20	M	S	1			1		4	2	5	3	1	1	T		1	
32	1		29	M	S	1			1		4	3	5	2	1	1	T		1	
33	1		34	F	C	1			1		3	4	5	2	1	1	T		1	
34	1		46	M	C	1			1		2	1	5	3	4	1	T		1	
35	1		24	M	S	1			1		4	2	5	3	1	1	T		1	
36	1		43	F	C	1			1		2	5	4	1	3	1	T		1	
37	1		26	M	C	1			1		1	2	5	3	4	1	T	1		
38	1		35	F	C	1		1			2	4	5	1	3	1	A			1
39	1		53	M	C	1			1		3	5	4	1	2	1	T		1	
40	1		37	M	C	1			1		1	2	5	4	3	1	T		1	
41	1		54	M	C	1		1			2	1	5	3	4	1	A			1
42	1		28	F	S	1			1		2	3	5	1	4	1	T	1		
43	1		27	F	S	1			1		2	4	5	3	1	1	T	1		
44	1		19	M	S	1			1		2	3	5	4	1	1	T	1		
45	1		33	F	C	1		1			2	3	4	1		1	A	1		
46	1		60	F	S	0	PREFIERE OTROS LUGARES													
47	1		29	M	S	1			1		3	1	5	2	4	1	T	1		
48	1		26	F	S	1			1		2	1	4	3	5	1	A		1	
49	1		25	M	S	0	EL CLIMA													
50	1		18	F	S	1			1		1	4	2	3	5	1	A		1	
51	1		58	M	S	1		1			1					1	A			1
52	1		59	M	C	1			1		5	1	2	4	3	1	T		1	
53	1		53	F	C	1				1				1		1	T	1		
54																				
55																				

53

36.5660377

HOSPEDAJE										COSTO		
LUJO	SENCILLO	INDÍGENA								200-250	250-300	300-350
11	34	4	2.13	2.57	4	2.56		48		12	29	8
22.45%	69.39%	8.16%	14	13	1	13	7	97.96%		24.49%	59.18%	16.33%
			29%	27.1%	2%	27.1%	15%					

GUSTO POR EL TURISMO-AVENTURA

	49
SI	92.45%
NO	7.55%

EDAD

15-24	8	15.09%
25-34	20	37.74%
35-44	9	16.98%
45-60	16	30.19%

SEXO

M	27	50.94%
F	26	49.06%

ESTADO

C	26	49.06%
S	27	50.94%

TRANSPORTE

A	19	38.78%
T	30	61.22%