ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

Facultad de Ciencias Humanísticas y Económicas

PROYECTO DE GRADO

Previa a la obtención de los Títulos de:

INGENIERA COMERCIAL Y EMPRESARIAL ESPECIALIZACIÓN FINANZAS, Y ECONOMISTAS EN GESTIÓN EMPRESARIAL ESPECIALIZACIÓN FINANZAS

"PROYECTO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN SISTEMA DE TRANSPORTE TURÍSTICO QUE INTERCONECTE LAS PRINCIPALES COMUNIDADES COSTERAS Y PLAYAS DE LAS PROVINCIAS DE MANABÍ Y SANTA ELENA".

Presentada por:

Arboleda Castro Lorena Vanesa
Clavijo Espinoza Carmen España
Díaz Álvarez Maritza del Rocío

Guayaquil – Ecuador

Año 2008

DEDICATORIA

Dedico este proyecto con mucho amor a mis padres por ser un pilar fundamental en mi vida y en especial a mi hija Emily que es la razón de mí existir.

Lorena Arboleda

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios, a mi familia porque gracias a ella soy lo que soy.

Carmen Clavijo

DEDICATORIA

Dedico el presente trabajo a Dios, a mi familia porque gracias a ellos soy lo que soy, a mis abuelitos que me están guiando y cuidando desde el cielo, y a otras personas especiales.

Rocío Díaz

AGRADECIMIENTO

Agradecezco a Dios por ser mi ángel guardián, a mis padres por su infinito apoyo, a mi esposo por su paciencia conmigo, a mis amigas queridas en especial a Rosita por estar siempre a mi lado en momentos duros de mi vida, a nuestro Director de Tesis, el Ingeniero Marco Tulio Mejía, y todas aquellas personas que de una u otra manera, hicieron posible la culminación del presente proyecto.

Lorena Arboleda

AGRADECIMIENTO

Agradecezco a Dios por haberme brindado fortaleza, inteligencia y vida, a mi familia por su apoyo incondicional y por estar presentes cuando las he necesitado, a nuestro Director de Tesis, el Ingeniero Marco Tulio Mejía, y todas aquellas personas que de una u otra manera, hicieron posible la culminación del presente trabajo.

Carmen Clavijo

AGRADECIMIENTO

Agradecezco a Dios por haberme brindado fortaleza, inteligencia y vida, a mis padres Jorge Díaz y Maritza Álvarez, por su apoyo incondicional, paciencia sobre todo y por estar presentes cuando los he necesitado, sin olvidar a mi hermanito Jorge Díaz Jr. que siempre sabe que decirme, sean los momentos que sean, a nuestro Director de Tesis, el Ingeniero Marco Tulio Mejía, y todas aquellas personas que en lo largo de mi vida han sido esencia en mi formación, a mis abuelitos que desde que nací inculcaron sus mejores valores, a mis amigos en general que supieron apoyarme en todos los momentos vividos, en fin, son varios los nombres que tendría que escribir, pero ellos saben quiénes son.

Rocío Díaz

DECLARACIÓN EXPRESA

"La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a la ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL"

Arboleda Castro Lorena Vanesa **Clavijo Espinoza Carmen España**

Díaz Álvarez Maritza del Rocío

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

PRESIDENTE DEL TRIBUNAL

DIRECTOR DE TESIS

Ing. Marco Tulio Mejía

INDICE GENERAL

INDICE DE TABLAS

INDICE DE FIGURAS

RESUMEN

El presente trabajo, analiza la factibilidad de implementar un sistema de transporte que conecte a las poblaciones de la Ruta del Sol, se encuentra dividida en tres partes.

En la primera parte, se realiza un estudio de mercado con el cual se analiza a la demanda, la oferta, el precio y la mezcla de mercado necesarios para poner en práctica el proyecto, estos han dado como resultado a qué nivel de mercado, el proyecto es factible y con un buen potencial.

La segunda parte analiza técnicamente al estudio, se revisa la micro y la macro localización, se establece y mide las necesidades de activos, de inversión y de personal, con el fin de ponerlo en marcha.

Al finalizar se presenta el estudio financiero, donde se muestran los estados financieros y se evalúa el proyecto, el cual ha dado como resultado, la factibilidad en todos los aspectos.

ANTECEDENTES

La Ruta del Sol que comprende a las comunidades costeras de las provincias de Santa Elena y Manabí posee alrededor de 822,000 habitantes (según proyecciones al 2008 del INEC), añadiendo a esto el gran impacto turístico que ha tenido la zona gracias a balnearios paradisíacos, puntos turísticos, culturales atractivos y excelente gastronomía, crea la necesidad de contar con medios de transporte y comunicación entre ellos ágiles y eficaces.

Sin embargo el deterioro del sistema vial principalmente en la provincia de Manabí, las largas distancias entre las comunidades y la falta de medio transportes han creado la necesidad de contar con medios de transportes alternativos con el fin de interconectar a la zona y aprovechar su potencial turístico.

El presente proyecto se ha desarrollado con la finalidad de presentar un sistema de transporte marítimo que permita conectar a las comunidades y a los turistas con diferentes puntos de la Ruta del Sol. Además de convertirse en un medio turístico que permita disfrutar de todas sus bellezas naturales y de una manera más rápida y cómoda.

MARCO TEÓRICO

La presente investigación se basará en elementos teóricos de la elaboración de proyectos, así como también, del marketing, tales como investigación de mercados, matriz de Porter, matriz F.O.D.A.

INTRODUCCIÓN

A medida que transcurre el tiempo, el turismo se ha convertido en un sector cada vez más importante para las economías de los países, debido a su incidencia en el desarrollo nacional, la redistribución de las rentas, la balanza de pagos, el nivel de empleo, el producto interno bruto y sobre las economías regionales.

Como actividad económica, por una parte está definida por su demanda y el consumo de los visitantes, y por otra parte, el turismo se refiere a los bienes y servicios producidos para atender a dicha demanda. Debido a su naturaleza, es un motor para otras muchas actividades, como por ejemplo, el transporte, hoteles y restaurantes, comercio, operadores de turismo, agencias de viaje, de ahí la importancia para las economías regionales.

La Ruta del Sol, que comprende las provincias de Santa Elena y Manabí, en las últimas décadas, ha tendido un gran auge de turismo, debido a sus; playas paradisíacas; un lugar geográfico y espacio socio-natural donde se asentaron las más antiguas culturas del Ecuador del período Precerámico; un centro de práctica de turismo de deportes acuáticos y gran aventura; un sitio original de observación de mamíferos marinos y aves migratorias. Y por su gastronomía. Sin embargo, este mismo hecho y el descuido de los gobiernos de turno, ha ocasionado un gran deterioro vial, especialmente entre las comunidades y la provincia de Manabí.

El presente trabajo tiene como objetivo, medir la factibilidad de establecer un sistema de transporte alterno o no convencional para la movilización entre las localidades de la Ruta el Sol, aprovechando sus potencialidades turísticas.

CAPITULO 1: ESTUDIO DE MERCADO

1.1 DEFINICIÓN DEL PRODUCTO – SERVICIO

El proyecto consiste en ofrecer a los turistas que visitan la región, un medio de transporte alternativo, rápido y seguro, para trasladarse de una playa a otra, incluso de un cantón a un islote, donde pueden hacer diversas actividades como buceo, avistamiento de ballenas, pesca deportiva, entre otras.

El transporte que se ofrece, se lo realizará a través de lanchas a motor con una capacidad de 16 personas cada una, las mismas que recorrerían los siguientes puntos: La Libertad, Ballenita, Ayangue, Montañita, Puerto López y los Frailes.

1.2 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

La Ruta del Sol que comprende a las comunidades costeras de las provincias de Santa Elena y Manabí, posee alrededor de 822,000 habitantes (según proyecciones al 2008 del INEC), añadiendo a esto el gran impacto turístico que ha tenido la zona gracias a balnearios paradisíacos, puntos turísticos y culturales atractivos y, excelente gastronomía, crea la necesidad de contar con medios de transporte y comunicación entre ellos ágiles y eficaces.

Sin embargo, el deterioro del sistema vial principalmente en la provincia de Manabí, las largas distancias entre las comunidades y la falta de medio transportes, han creado la necesidad de contar con medios de transportes alternativos con el fin de interconectar a la zona y aprovechar su potencial turístico.

1.3 OBJETIVOS

1.3.1 Objetivo General

- Diseñar un proyecto que establezca la factibilidad de implementar un sistema transporte turístico que conecte las comunidades de la Ruta del Sol.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Determinar la demanda insatisfecha con respecto a los medios de transportes que se utilizan para conectar a la Ruta del Sol.
- Establecer el perfil del posible consumidor.
- Determinar la ubicación del negocio.
- Medir el nivel de aceptación del servicio que se pretende ofrecer.
- Lograr un alto grado de fidelidad por parte de los consumidores.
- Medir la factibilidad técnica del proyecto.
- Determinar la factibilidad financiera del proyecto.

- Determinar las necesidades de financiamiento del proyecto.

1.4 ANÁLISIS DE LA DEMANDA

En esta parte se analizarán las características de los consumidores, estableciéndose un perfil de los mismos, esto se logrará luego de la realización de una investigación de mercado.

1.4.1 Investigación de Mercado

1.4.1.1 Definición del Problema

Para poder efectuar un estudio de mercado, es necesario conocer al potencial cliente, sus características, hábitos y demás, lo que permitirá obtener un perfil del mismo, además de conocer la potencial demanda del servicio.

Una de las formas de conseguir este objetivo, es a través de una investigación de mercado.

1.4.1.2 Objetivos Específicos

- Analizar al consumidor.
- Medir la aceptación del servicio.
- Establecer las frecuencias de uso del servicio.

- Establecer el precio del servicio.

1.4.1.3 Tipo de Investigación

La investigación que se desarrollará es de tipo descriptiva.

Mediante la investigación descriptiva se buscará:

- Una descripción gráfica de las características del mercado.
- Una determinación del grado de asociación de las variables de mercados.
- Una formulación de predicciones en cuanto a la ocurrencia de los fenómenos de mercados.

1.4.1.4 Fuentes de Información

Se utilizará información de tipo primaria consultas directas a personas, potenciales usuarios

Adicionalmente se utilizará información de tipo secundaria, bases de datos del INEC, e información de los Consejos Provinciales de Manabí y Santa Elena, así como información de textos guías.

1.4.1.5 Método de Investigación

El método de investigación usado será el positivista, el muestreo no probabilistico y por conveniencia. Se realizaran encuestas, las mismas que se aplicarán directamente a los habitantes de la Ruta del Sol y a turistas que visitan la región, con la finalidad de conocer sus características, hábitos y sus necesidades.

1.4.1.6 Instrumento de la Investigación

Para el desarrollo del presente trabajo se ha utilizado como instrumento el cuestionario de tipo personal bien estructurado, el cual permite conocer y medir las características de los potenciales clientes.

El cuestionario se basa en los objetivos planteados para la investigación, el mismo que contiene preguntas cerradas de tipo: Dicotómicas (preguntas que ofrecen dos opciones para la respuesta), y de simples y múltiples opciones, facilitando las respuestas y minimizando su tiempo, tal como se muestra en el punto siguiente.

1.4.1.7 Modelo de la Encuesta

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANÍSTICAS Y ECONÓMICAS

El presente cuestionario tiene como objetivo conocer la aceptación de un servicio turístico marítimo por la Ruta del Sol. Por tal motivo solicito a usted su valiosa y sincera colaboración.

Género:

Masculino	
Femenino	

Edad:

Entre 14 a 18 años	
Entre 19 a 39 años	
Entre 40 a 60 años	
Más de 61 años	

Actividad Laboral:

Estudiante	
Jubilado	
Ama de casa	
Empleado público	
Empleado privado	
Otros	

En esta ciudad, es usted:

Residente	
Turista	

Sus ingresos mensuales son:

200 - 400	
401 - 600	
601 - 800	
801 en adelante	

1. **¿Con qué frecuencia viaja hacia este balneario? Escoja una sola opción.**
   ____ Solo en feriados
   ____ Cada fin de semana
   ____ 1 vez a la semana
   ____ Cada 15 días
   ____ 1 vez al mes
   ____ 1 vez al año
   ____Otra frecuencia (Especifique) ________________

2. **Cuando visita el balneario ¿En que días específicamente visita con mayor frecuencia este balneario? Escoja una sola opción.**
   ____ Lunes ____ Sábado
   ____ Martes ____ Domingo
   ____ Miércoles ____ Los días (L – V)
   ____ Jueves ____ Los días (L – S)
   ____ Viernes ____ Todos los días (L – D)

3. **¿Qué medio de transporte usualmente suele utilizar para recorrer la ruta del sol? (Seleccione la más apropiada)**
   ____ Transporte público
   ____ Vehículo propio
   ____ Vehículo de alquiler
   ____ Lancha, bote, yate
   ____ Otro: (Especifique) ________________________

4. **¿Ha alquilado usted algún medio de transporte marítimo para recorrer la ruta del sol?**
   ____ Si
   ____ No

5. **¿Cuánto pagó por el servicio?**
   (Especifique) ____________

6. **¿Qué actividad prefiere hacer cuando está en la playa?**
   ____ Broncearse, bañarse en la playa
   ____ Surfear
   ____ Bucear, snorkeling
   ____ Dar paseos por la playa en algún tipo de embarcación.
   ____ Otra: (Especifique) ___________________________

7. **Si existiese una lancha turística que recorra los pueblos más cercanos a la Ruta del Sol, disfrutando de los paisajes naturales que ofrece la playa. Permitiendo la práctica de deportes acuáticos. ¿Estaría dispuesto a utilizarlo?**

SI		NO	

   Si contestó NO, termina la encuesta

8. **¿Con qué frecuencia utilizaría este medio de servicio turístico? Escoja la opción más conveniente.**
   ____ Diariamente
   ____ Cada dos días
   ____ 2 veces a la semana
   ____ 1 vez a la semana
   ____ Cada 15 días
   ____ 1 vez al mes
   ____ Otras frecuencias (Especifique) _______________

9. **¿En qué días específicamente utilizaría con mayor frecuencia esta embarcación?**
   ____ Lunes ____ Sábado
   ____ Martes ____ Domingo
   ____ Miércoles ____ Los días L - V
   ____ Jueves ____ Los días L - S
   ____ Viernes ____ Todos los días (L – D)

10. **¿Dónde le gustaría que sea la estación de partida de las lanchas? Seleccione la más apropiada.**
    ____ La Libertad (Santa Elena)
    ____ Ballenita (Santa Elena)
    ____ Puerto López (Manabí)
    ____ Los Frailes (Manabí)

11. **¿Qué tiempo le gustaría que dure el recorrido en lancha?**
    ____ 10 - 20 minutos
    ____ 21 - 30 minutos
    ____ 31 - 40 minutos

____ 41 - 50 minutos
____ 51 - 60 minutos

12. ¿Cuál es el monto máximo que estaría dispuesto a pagar por el uso del medio de transporte turístico?

_____ $1.00 - $3.00
_____ $3.01 - $5.00
_____ $5.01 - $7.00
_____ $7.01 - $9.00
_____ Más de $9.01 (Especifique) _________

1.4.1.8 Plan de Muestreo

1.4.1.8.1 Unidad de Muestreo

La población sobre la cual se seleccionará la muestra, corresponde a los habitantes de la Ruta del Sol, que según la proyección del INEC al 2008 son 822,000 habitantes, más la población flotante de turistas que en temporada llegan a ser alrededor de 200,000, da una población de alrededor de 1,022,000 personas.

1.4.1.8.2 Tamaño de la Muestra

Del total del universo, se aplicó una fórmula estadística para el cálculo de la muestra para una población infinita, como sigue a continuación:

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

Donde:

n: Tamaño de la Muestra

p: Variabilidad positiva. Al no contar con datos de otras investigaciones la probabilidad de que el evento ocurra, es decir, que las personas deseen el servicio, será del 50%.

q: Variabilidad negativa. Al no contar con datos de otras investigaciones será, del 50%, es decir, 0. 5.

e: Error permitido. Se considera un error del 5%.

Z: Nivel de Confianza. El nivel de confianza seleccionado, es el normalmente seleccionado, 95%; para este nivel de confianza Z es igual 1.96.

Cabe mencionar, que al utilizar un p y un q igual al 50% cada uno, se abarca el mayor número de encuestas posibles, que si se hubiera seleccionado cualquier otra combinación.

$$n = \frac{(1.96)^2 (0.5)(0.5)}{(0.05)^2} = 385 \text{ encuestas}$$

Sin embargo, para la realización de la Investigación de Mercados, se han seleccionado 400 encuestas como muestra, cabe mencionar, que ha mayor número de datos, menor es el error.

1.4.1.8.3 Procedimiento del Muestreo

El muestreo usado es positivista, no probabilístico, y por conveniencia que es la extracción de una muestra de una población, en el que el proceso de extracción es tal que garantiza a cada uno de los elementos de la población la misma oportunidad de ser incluidos en dicha muestra y la realizamos en diversos puntos de la Ruta del Sol, entre los cuales se puede anotar: Salinas, La Libertad, Ayangue, Montañita, Puerto López y Los Frailes.

1.4.1.9 Recolección o Recopilación de Datos

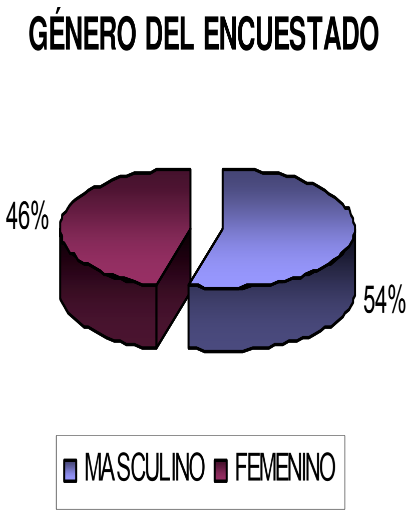
El período de recolección de datos mediante la aplicación de encuestas se llevó a cabo en el lapso de 15 días, en la última semana del mes de noviembre y primera del mes de diciembre del año 2008.

1.4.1.10 Presentación de los Resultados

Tipo de Género

Tabla I			
TIPO DE GÉNERO			
PREGUNTA A		Frecuencia	Porcentaje
Válidos	MASCULINO	217	54%
	FEMENINO	183	46%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.1

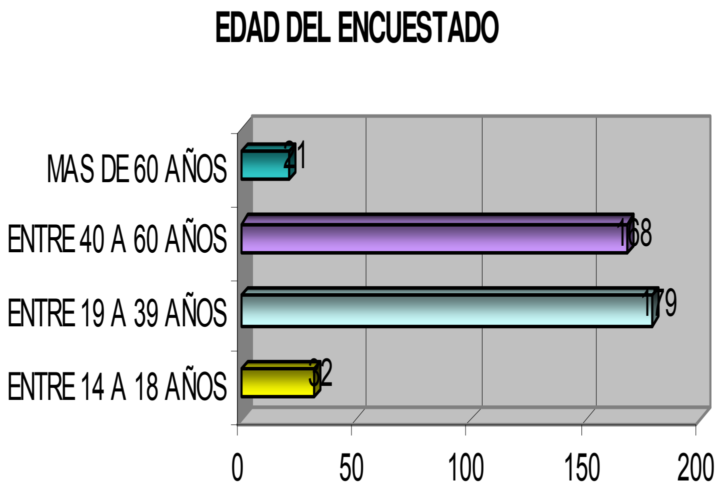


Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Edad del encuestado

Tabla II			
EDAD DEL ENCUESTADO			
PREGUNTA B		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	ENTRE 14 A 18 AÑOS	32	8%
	ENTRE 19 A 39 AÑOS	179	45%
	ENTRE 40 A 60 AÑOS	168	42%
	MAS DE 60 AÑOS	21	5%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.2

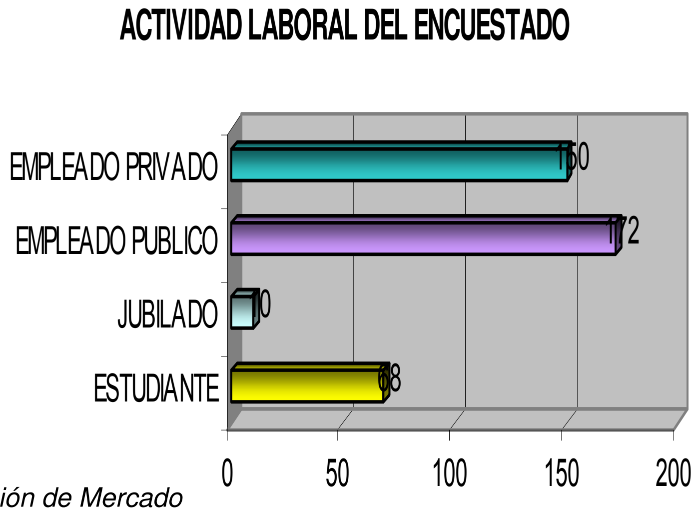


Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Actividad Laboral

Tabla III			
ACTIVIDAD LABORAL			
PREGUNTA C		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	ESTUDIANTE	68	17%
	JUBILADO	10	3%
	EMPLEADO PUBLICO	172	43%
	EMPLEADO PRIVADO	150	38%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.3

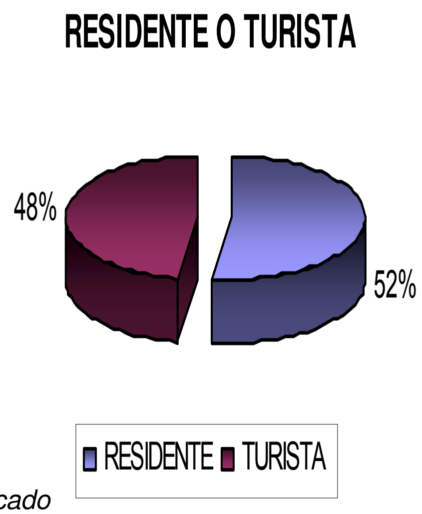


Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Residente o Turista

Tabla IV			
RESIDENTE O TURISTA			
PREGUNTA D		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	RESIDENTE	210	53%
	TURISTA	190	48%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.4

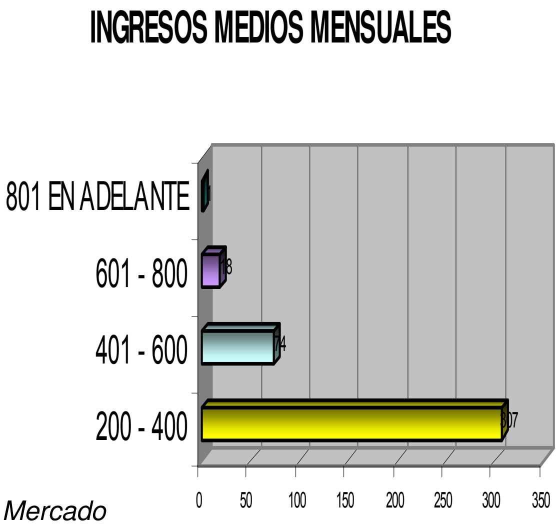


Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Ingresos Mensuales Promedios

Tabla V			
INGRESOS MENSUALES			
PREGUNTA E		**Fre.**	**%**
Válidos	200 – 400	307	77%
	401 – 600	74	19%
	601 – 800	18	5%
	801 en adelante	1	0%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.5

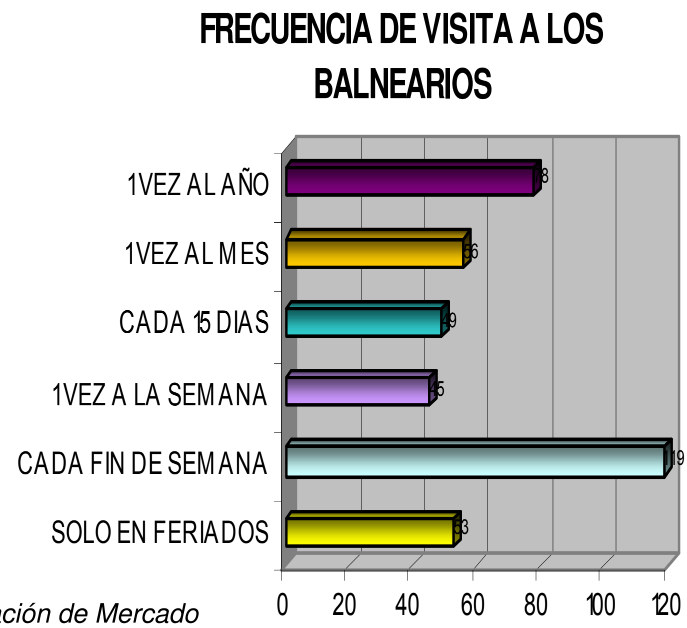


Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Frecuencia de Viaje

Tabla VI			
FRECUENCIA DE VIAJE			
PREGUNTA 1		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	SOLO EN FERIADOS	53	13%
	CADA FIN DE SEMANA	119	30%
	1 VEZ A LA SEMANA	45	11%
	CADA 15 DIAS	49	12%
	1 VEZ AL MES	56	14%
	1 VEZ AL AÑO	78	20%
	Total	400	100%

Figura 1.6



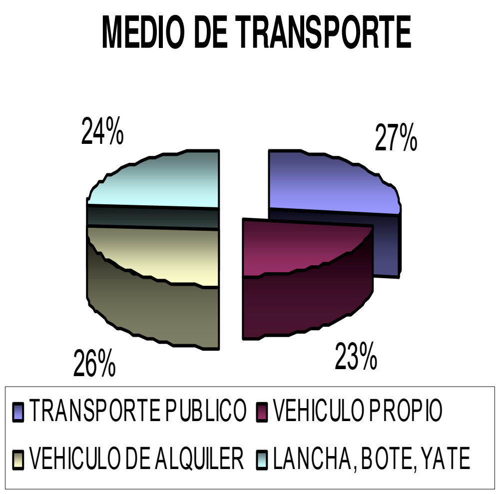
Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Como se puede apreciar, el mayor porcentaje de las personas encuestadas visitan la Ruta del Sol cada fin de semana, seguido por los que sólo la visitan una vez al año.

Medio de Transporte usado para recorrer la Ruta del Sol

Tabla VII			
MEDIO DE TRASPORTE USADO			
PREGUNTA 3		**Frecuencia**	**%**
Válidos	TRANSPORTE PUBLICO	108	27%
	VEHICULO PROPIO	92	23%
	VEHICULO DE ALQUILER	104	26%
	LANCHA, BOTE, YATE	96	24%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.7



Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

El transporte escogido para hacer los recorridos está dividido, muy equilibrado entre las diversas alternativas presentadas, sin embargo, se puede apreciar que existe un 24% de personas encuestadas que han utilizado el transporte marítimo para recorrer la zona.

Alquiler de medio de transporte marítimo para recorrer la Ruta del Sol

Tabla VIII			
ALQUILER DE MEDIO DE TRASNPORTE MARÍTIMO			
PREGUNTA 4		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	SI	400	100%

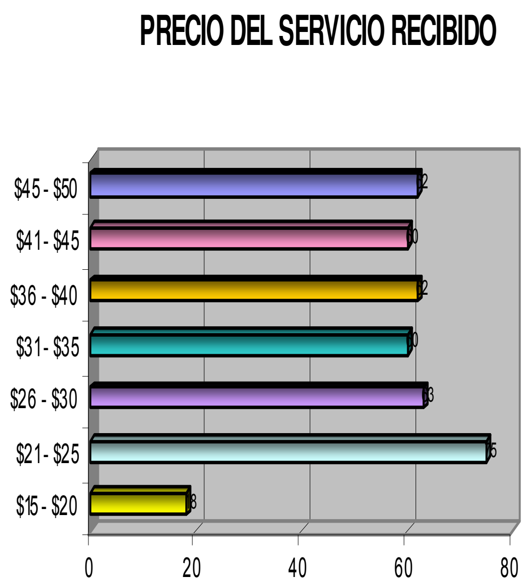
Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Con esta pregunta se puede observar que todos los encuestados, han usado el transporte marítimo por lo menos una vez, con el fin de recorrer la Ruta del Sol.

Precio pagado por el servicio

Tabla IX			
PRECIO PAGADO POR EL SERVICIO			
PREGUNTA 5		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	$15 - $20	18	5%
	$21 - $25	75	19%
	$26 - $30	63	16%
	$31 - $35	60	15%
	$36 - $40	62	16%
	$41 - $45	60	15%
	$45 - $50	62	16%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.8



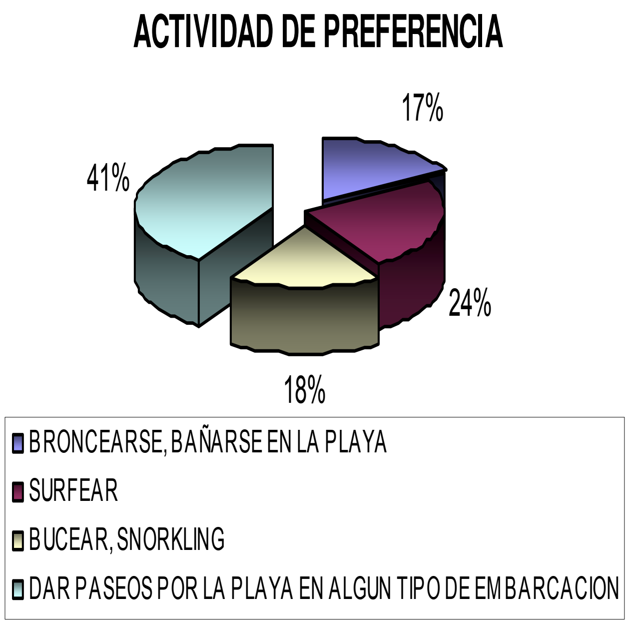
Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Como se puede apreciar, el mayor porcentaje de las personas han pagado entre $21 y $25 dólares por el recorrido, cabe mencionar, que este valor corresponde a paseos turísticos, ya que en la zona es poco o nulo el transporte marítimo de pasajeros.

Actividad de preferencia en la playa

Tabla X			
ACTIVIDAD DE PREFERENCIA EN LA PLAYA			
PREGUNTA 6		**Frecuencia**	**%**
Válidos	BRONCEARSE Y BAÑARSE	69	17%
	SURFEAR	95	24%
	BUCEAR, SNORKLING	72	18%
	DAR PASEOS EN ALGUN TIPO DE EMBARCACIÓN	164	41%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.9



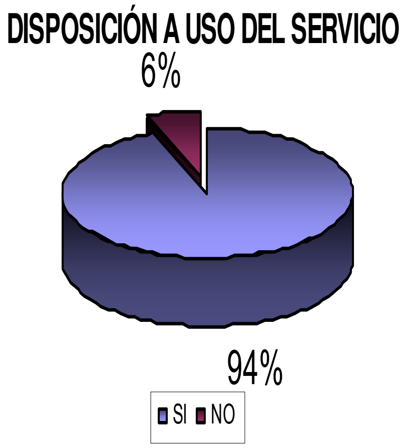
Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

El mayor porcentaje de encuestados indicó que le gusta dar paseos en embarcaciones.

Disposición a uso del servicio propuesto

Tabla XI			
DISPOSICIÓN DE USO DEL SERVICIO			
PREGUNTA 7		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	SI	376	94%
	NO	24	6%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.10



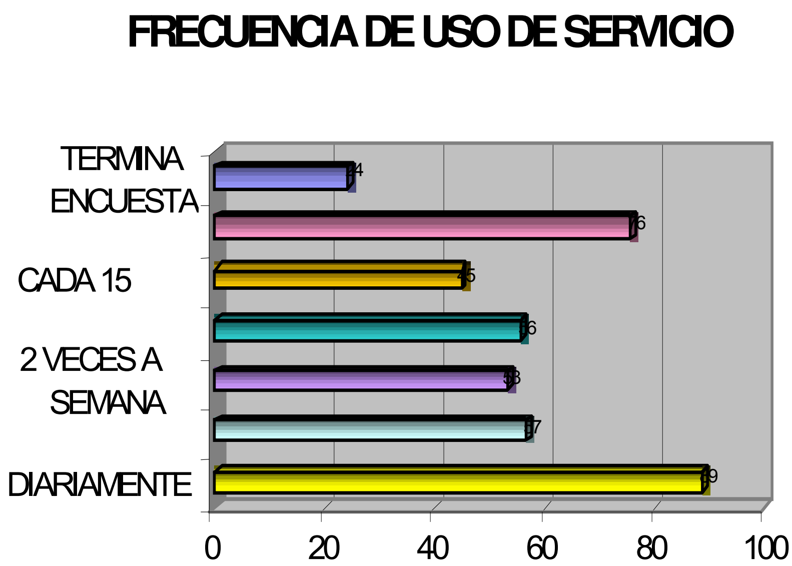
Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Tal como se puede apreciar el mayor porcentaje de los encuestados indican su disposición a usar el servicio ofrecido.

Frecuencia de uso del servicio

Tabla XII			
FRECUENCIA DE USO DEL SERVICIO			
PREGUNTA 8		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	DIARIAMENTE	89	22%
	CADA DOS DIAS	57	14%
	2 VECES A LA SEMANA	53	13%
	1 VEZ A LA SEMANA	56	14%
	CADA 15 DIAS	45	11%
	1 VEZ AL MES	76	19%
	TERMINA ENCUESTA	24	6%
	Total	**400**	**100%**

Figura 1.11

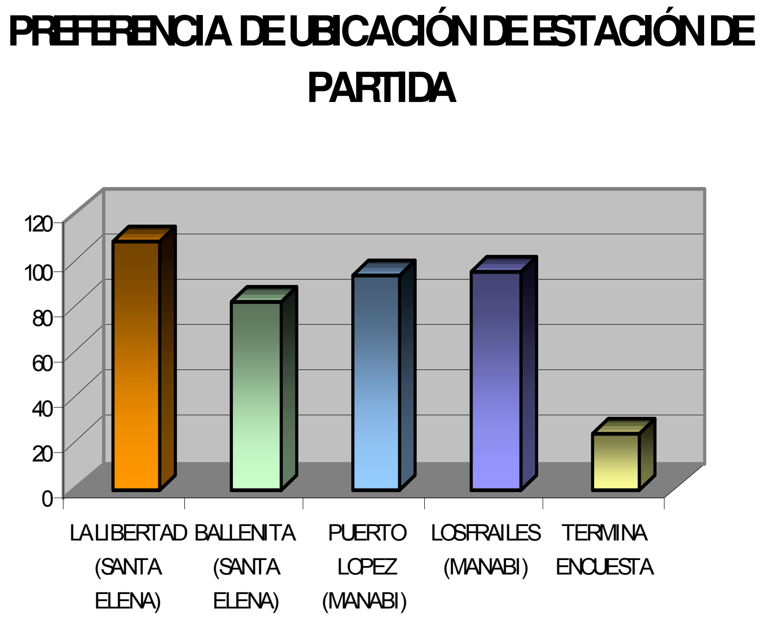


Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Preferencia de ubicación de la estación de partida.

Tabla XIII			
PREFERENCIA DE UBICACIÓN DE LA ESTACIÓN			
PREGUNTA 10		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	LA LIBERTAD (SANTA ELENA)	108	27,0%
	BALLENITA (SANTA ELENA)	81	20,3%
	PUERTO LOPEZ (MANABI)	93	23,3%
	LOS FRAILES (MANABI)	94	23,5%
	TERMINA ENCUESTA	24	6,0%
	Total	**400**	**100,0%**

Figura 1.12



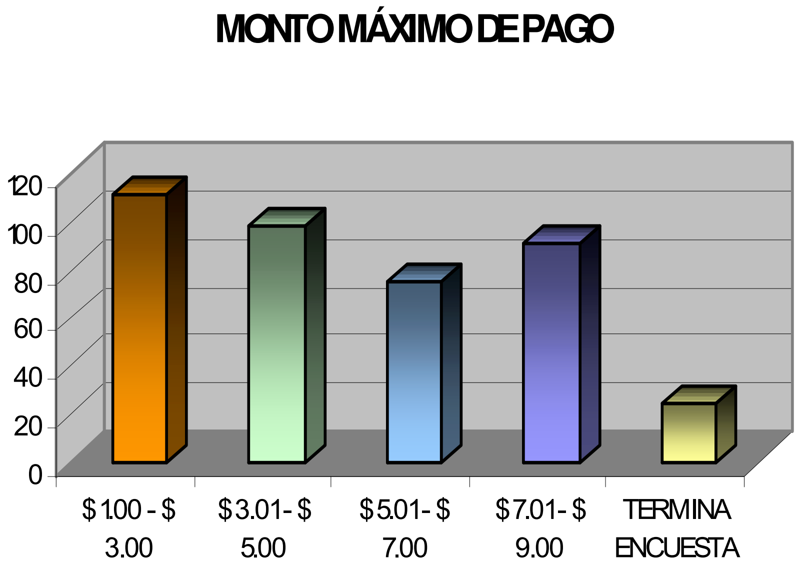
Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Las personas encuestadas indican su preferencia por que la estación se encuentre en la ciudad de La Libertad de la provincia de Santa Elena.

Monto máximo a pagar por el uso del transporte turístico

Tabla XIV			
MONTO MÁXIMO A PAGAR POR EL SERVICIO			
PREGUNTA 12		**Frecuencia**	**Porcentaje**
Válidos	$ 1.00 - $ 3.00	112	28,0%
	$ 3.01 - $ 5.00	98	24,5%
	$ 5.01 - $ 7.00	75	18,8%
	$ 7.01 - $ 9.00	91	22,8%
	TERMINA ENCUESTA	24	6,0%
	Total	**400**	**100,0%**

Figura 1.13



Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Tablas Cruzadas

Figura 1.14

Tabla de contingencia 7. SI EXISTIESE UNA LANCHA TURISTICA QUE RECORRA LOS PUEBLOS MAS CERCANOS A LA RUTA DEL SOL, DISFRUTANDO DE LOS PAISAJES NATURALES QUE OFRECE LA PLAYA. PERMITIENDO LA PRACTICA DE DEPORTES ACUATICOS. ? ESTARIA DISPUESTO A UTILIZARLO? * 8. CON QUE FRECUENCIA UTILIZARIA ESTE MEDIO DE SERVICIO TURISTICO? ESCOJA LA OPCION MAS CONVENIENTE.

			8. CON QUE FRECUENCIA UTILIZARIA ESTE MEDIO DE SERVICIO TURISTICO? ESCOJA LA OPCION MAS CONVENIENTE.							Total
			DIARIAMENTE	CADA DOS DIAS	2 VECES A LA SEMANA	1 VEZ A LA SEMANA	CADA 15 DIAS	1 VEZ AL MES	TERMINA ENCUESTA	
7. SI EXISTIESE UNA LANCHA TURISTICA QUE RECORRA LOS PUEBLOS MAS CERCANOS A LA RUTA DEL SOL, DISFRUTANDO DE LOS PAISAJES NATURALES QUE OFRECE LA PLAYA. PERMITIENDO LA PRACTICA DE DEPORTES ACUATICOS. ? ESTARIA DISPUESTO A UTILIZARLO?	SI	Recuento	89	57	53	56	45	76	0	376
		% del total	22,3%	14,3%	13,3%	14,0%	11,3%	19,0%	,0%	94,0%
	NO TERMINA ENCUESTA	Recuento	0	0	0	0	0	0	24	24
		% del total	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	,0%	6,0%	6,0%
Total		Recuento	89	57	53	56	45	76	24	400
		% del total	22,3%	14,3%	13,3%	14,0%	11,3%	19,0%	6,0%	100,0%

Pruebas de Chi-Cuadrado

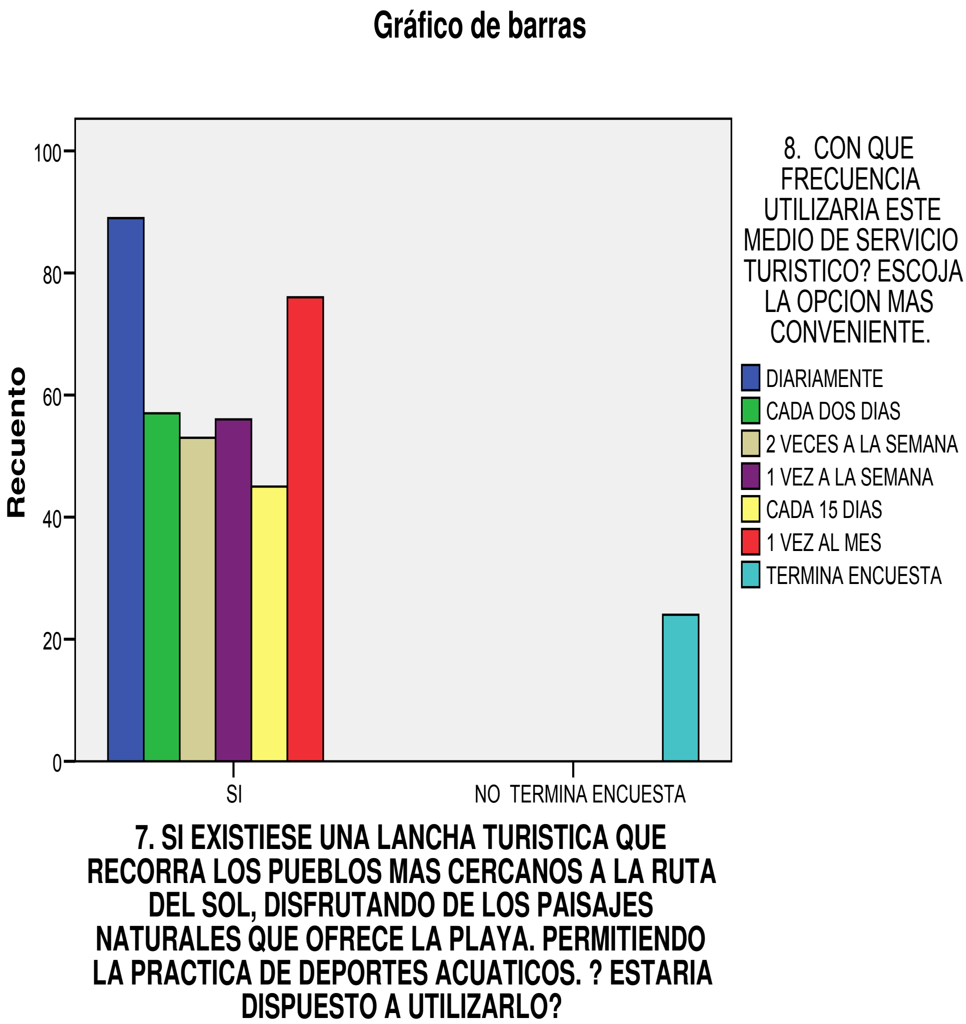
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	400,000(a)	6	,000
Razón de verosimilitudes	181,574	6	,000
Asociación lineal por lineal	109,324	1	,000
N de casos válidos	400		

(a) 6 casillas (42,9%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es 1,44.

Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Como se puede apreciar, el resultado de la significancia asintótica (bilateral) del Chi-cuadrado de Pearson es menor a 0.05, con lo cual se puede concluir que existe relación entre las dos variables analizadas, *Disposición de uso del medio y la frecuencia de uso.*

Figura 1.15



Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

Figura 1.16

Tabla de contingencia 7. SI EXISTIESE UNA LANCHA TURISTICA QUE RECORRA LOS PUEBLOS MAS CERCANOS A LA RUTA DEL SOL, DISFRUTANDO DE LOS PAISAJES NATURALES QUE OFRECE LA PLAYA. PERMITIENDO LA PRACTICA DE DEPORTES ACUATICOS. ? ESTARIA DISPUESTO A UTILIZARLO? * 12. CUAL ES EL MONTO MAXIMO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR EL USO DEL MEDIO DE TRANSPORTE TURISTICO?

			12. CUAL ES EL MONTO MAXIMO QUE ESTARIA DISPUESTO A PAGAR POR EL USO DEL MEDIO DE TRANSPORTE TURISTICO?					Total
			$ 1.00 - $ 3.00	$ 3.01 - $ 5.00	$ 5.01 - $ 7.00	$ 7.01 - $ 9.00	TERMINA ENCUESTA	
7. SI EXISTIESE UNA LANCHA TURISTICA QUE RECORRA LOS PUEBLOS MAS CERCANOS A LA RUTA DEL SOL, DISFRUTANDO DE LOS PAISAJES NATURALES QUE OFRECE LA PLAYA. PERMITIENDO LA PRACTICA DE DEPORTES ACUATICOS. ? ESTARIA DISPUESTO A UTILIZARLO?	SI	Recuento	112	98	75	91	0	376
		% del total	28,0%	24,5%	18,8%	22,8%	,0%	94,0%
	NO TERMINA ENCUESTA	Recuento	0	0	0	0	24	24
		% del total	,0%	,0%	,0%	,0%	6,0%	6,0%
Total		Recuento	112	98	75	91	24	400
		% del total	28,0%	24,5%	18,8%	22,8%	6,0%	100,0%

Pruebas de Chi-Cuadrado

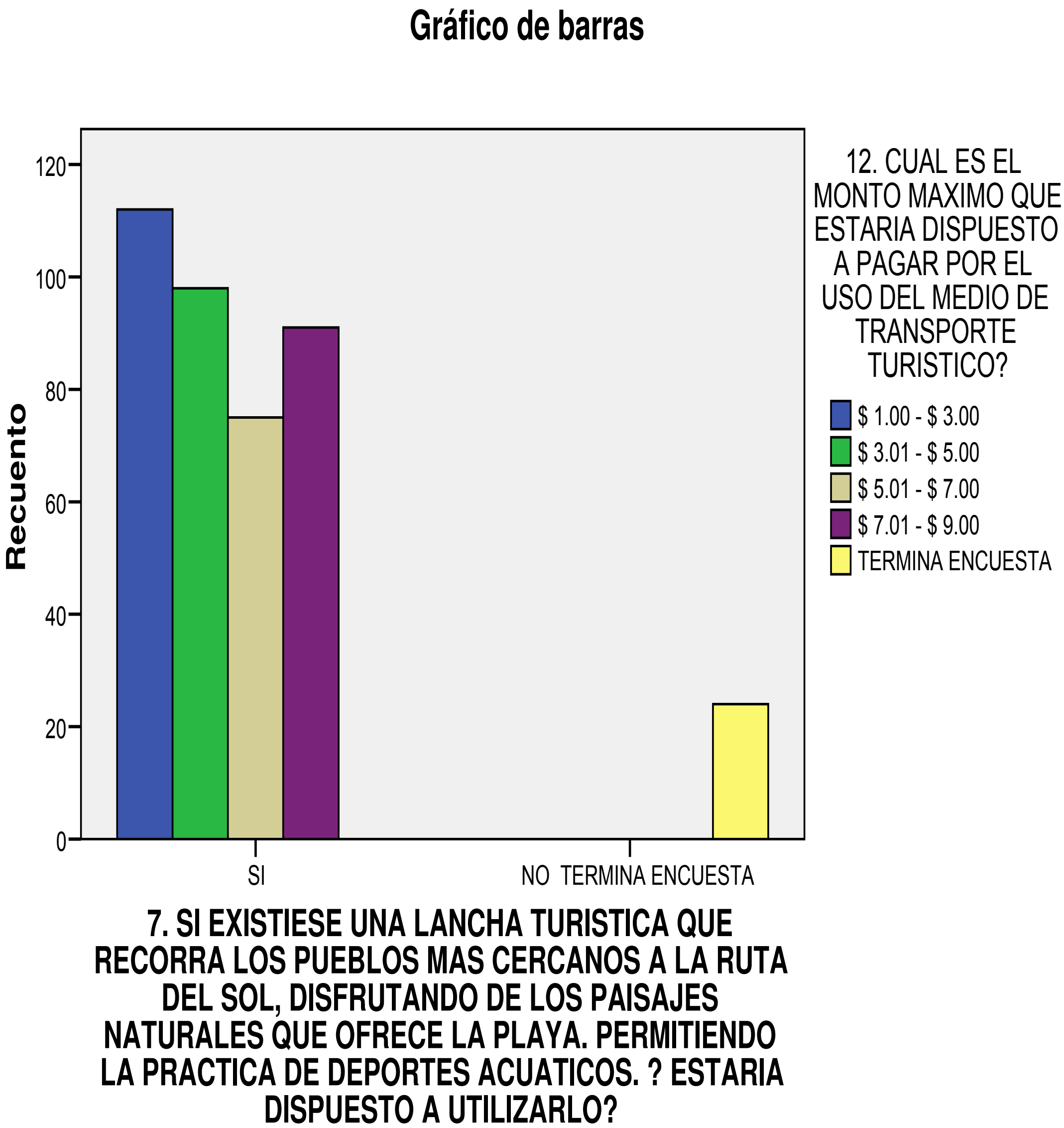
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	400,000(a)	4	,000
Razón de verosimilitudes	181,574	4	,000
Asociación lineal por lineal	148,888	1	,000
N de casos válidos	400		

(a) 2 casillas (20,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5.
La frecuencia mínima esperada es 1,44.

Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

En este caso, el resultado de la significancia asintótica (bilateral) del Chi-cuadrado de Pearson también es menor a 0.05, con lo cual se puede concluir que existe relación entre las dos variables analizadas, *Disposición de uso del medio y el monto máximo a pagar por el uso del medio de transporte.*

Figura 1.17



Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

1.4.1.11 Cuantificación y Proyección de la Demanda

Tomando como base los resultados de la Investigación de Mercados realizada, se establece el mercado meta al que se desea atender, que para el proyecto serían 483 personas. A partir de esta información y considerando la información de la investigación de mercados realizada sobre frecuencias de uso del servicio (Tabla XII), se calcula la demanda anual en término de pasajes, los resultados se pueden observar en las siguientes tablas.

Tabla XV CUANTIFICACIÓN DEL MERCADO			
Tipo de Mercado	**Porcentaje**	**Cantidad**	**Pregunta**
Mercado Total	100.0%	1,022,000	-
Mercado Potencial	41.0%	419,020	6 (Tabla X)
Mercado Disponible	24.5%	102,660	12 (Tabla XIV)
Mercado Disponible calificado	94.0%	96,500	7 (Tabla XI)
Mercado Meta	0.5%	**483**	

Tabla XVI CUANTIFICACIÓN DE LA DEMANDA						
Frecuencia de Uso	**Mes**	**Peso**	**Demanda Mensual**	**Temporada Alta**	**Temporada Media**	**Temporada Baja**
Diariamente	30	22%	3,228	12,912	6,456	3,228
Cada dos días	15	14%	1,035	4,140	2,070	1,035
2 veces a la semana	8	13%	513	2,054	1,027	513
1 vez a la semana	4	14%	270	1,081	540	270
cada quince días	2	11%	109	436	218	109
1 vez al mes	1	19%	92	367	183	92
			5,247	**20,989**	**10,494**	**5,247**
Demanda Anual Estimada						**36,730**

* Cada temporada registra 4 meses de apogeo, se ha establecido que temporada media tiene una afluencia del 50% comparado con la temporada alta, igualmente la temporada baja representa un 50% de la temporada media.[1]

Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

[1] Plan de Marketing Turístico de la Provincia de Santa Elena, Noviembre del 2006. Página 10

Los datos sobre volúmenes, procedencias, estancias y gastos del turismo en la Ruta del Sol son discrepantes. Se ha comprobado la existencia de un déficit estadístico.

El trabajo ha puesto de manifiesto que no existen encuestas sobre el turismo en la región, porque no se ha estructurado un sistema estadístico permanente.

Los datos más acordes con la realidad son las aproximaciones estadísticas del flujo turístico hacia la Provincia obtenidas a través del señor Douglas Dillon, director de la Cámara Provincial de Turismo-Capítulo Santa Elena; y señor Joseph Garzozi, director de la unidad de turismo del Municipio de Guayaquil; entrevistas informales a pequeños propietarios de restaurantes en la región, así como datos generales del flujo de visitantes en feriados a través de artículos de prensa local.

Por tal motivo, se ha preferido utilizar para la proyección de la demanda, la tasa de crecimiento establecida por Ministerio de Turismo para el Ecuador, la misma que se encuentra en el orden del 7 %[2].

[2] Este valor fue obtenido de la página web del Ministerio de Turismo del Ecuador, en las siguientes direcciones:
http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_conteent&task=view&id=930&Itemid=59
http://www.turismo.gov.ec/index.php?option=com_content&task=view&id=941&Itemid=59

A continuación se presenta la proyección de la demanda para los siguientes 10, considerando los datos anteriormente mencionados:

Tabla XVII										
PROYECCIÓN DE LA DEMANDA										
Concepto / Año	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Demanda Proyectada	36,730	39,301	42,052	44,996	48,146	51,516	55,122	58,980	63,109	67,527

Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

1.5 ANÁLISIS DE LA OFERTA

1.5.1 Matriz de las Cinco Fuerzas de Porter

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores: Actualmente no se sabe de ninguna amenaza directa, por el momento existen varios competidores indirectos: en Salinas con botes de alquiler, en Puerto López y Manta con lanchas para tours específicos, estos son los lugares más cercanos a nuestras estaciones de partida-llegada.

Otros competidores indirectos son los medios de transporte terrestre, ya sea alquiler de autor, tours o el transporte público, sin embargo, el potencial atractivo turístico marítimo servirá como enganche.

2. La rivalidad entre los competidores: Brindar calidad y variedad de servicios a precios asequibles, ambiente acogedor con opciones de mucha comodidad a la hora de la espera, se considera que con todas estas expectativas, la competencia verán mermadas sus posibilidades de ingresar al mercado.

3. Poder de negociación de los proveedores: Para el proyecto se cuenta con variedad a la hora de seleccionar proveedores de los activos que se necesitan, por lo cual, no se tendrá el problema de condicionamiento de proveedor en base al precio y tamaño del pedido.

4. Poder de negociación de los compradores: este servicio está dirigido a consumidores especialmente a los turistas nacionales e internacionales, por lo cual será difícil la formación de sindicatos u organizaciones de consumidores que vayan a afectar la reducción de los precios de nuestros servicios.

5. Amenaza de ingreso de productos sustitutos: actualmente no se conocen productos sustitutos ya que el consumidor busca su bienestar por el cual una forma agradable de admirar las playas costeras es mediante nuestras embarcaciones y en otra parte la rapidez en la que uno desea movilizarse. Porque hasta ahora en otro medio de movilización se demoraría mas en el recorrido sin disfrutar los maravillosos paisajes que lo rodean en dicho viaje.

1.6 MARKETING MIX

1.6.1 Precio

Tomando en consideración la investigación de mercados realizada, se ha establecido el precio promedio ponderado que las personas estarían dispuestas a pagar por el servicio, tal como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla XVIII			
ESTIMACIÓN DEL PRECIO			
Rango	**Medio**	**Cantidad**	**Ponderación**
$1 - $3	$2.00	28%	$0.56
$3 - $5	$4.00	24.50%	$0.98
$5 - $7	$6.00	18.80%	$1.13
$7 - $9	$8.00	22.80%	$1.82
Precio Promedio Ponderado			**$4.49**

Fuente: *Investigación de Mercado*
Elaboración: *Autores*

1.6.2 Impulsión o Promoción

Con el fin de impulsar al servicio que se pretende brindar, se utilizará el medio de comunicación más sintonizado a nivel de la región, la radio, las dos emisoras que se sintonizan con mayor frecuencia son Radio Panorama y Radio Ritmo.

Adicionalmente se elaborarán y repartirán dípticos con la información del servicio. Los costos se muestran a continuación:

Tabla XIX					
COSTOS DE PUBLICIDAD					
Descripción	**Cantidad**	**Costo Unitario**	**Inversión Inicial ***	**Costo Mensual**	**Costo Anual**
Elaboración del arte del díptico	1	$ 50.00	$ 50.00	-	-
Impresión de 80 dípticos	80	$ 0.50	$ 40.00	$ 40.00	$ 480.00
Anuncios en radio local **	1	$ 254.00	$ 254.00	$ 254.00	$ 3,048.00
TOTALES		**-**	**$ 344.00**	**$ 294.00**	**$ 3,528.00**

* *Inversión Inicial de promoción y publicidad del proyecto.*
** *El valor mensual de las cuñas en Radio Ritmo es de US$ 124, mientras que en Radio Panorama US$ 130 mensuales*

Fuente: *Proveedores del servicio*
Elaboración: *Autores*

1.6.3 Logística

El servicio se lo brindará directamente al cliente, sin la utilización de intermediarios, asegurando de esta manera, una excelente atención, adecuada información del servicio y la calidad del mismo.

1.7 ANÁLISIS F.O.D.A.

Fortalezas	▪ Personal con experiencia en este sistema de transportación y capacitado sobre los sitios turísticos de la zona. ▪ Valor agregado: rapidez y comodidad con la que se van a poder trasladar de un lugar a otro. ▪ Actividades diversas para llamar la atención de los turistas más exigente.
Oportunidades	▪ Estrecha relación con los consumidores. ▪ Aumento constante de turistas a la región. ▪ Potenciación a la región que se está realizando a través de los gobiernos centrales y seccionales. ▪ Gran apertura del mercado.
Debilidades	▪ Servicio en la etapa de introducción, es poco conocido. ▪ Precios bajos pueden traer consigo problemas de flujo de efectivo.
Amenazas	▪ Competencia Indirecta, como los buses de transporte público, los alquileres de vehículos tanto terrestres como marítimos.. ▪ Cambios climáticos.

	▪ Crisis económica. ▪ Mejoramiento de vías.

1.8 CONCLUSIONES DEL ESTUDIO DE MERCADO

Como conclusiones al estudio de mercado se puede presentar lo siguiente:

- Existe un gran número de personas que utilizan medios acuáticos para el turismo.
- Existe aceptación por el nuevo servicio que se brindaría.
- Los precios se encuentran en los rangos establecidos por el cliente.
- Al no existir competencia directa, se puede fortalecer el negocio.
- Es viable a nivel de mercado el proyecto.

CAPITULO 2: ESTUDIO TÉCNICO

2.1 LOCALIZACION DEL PROYECTO

Las características que se presentan a continuación, establecen los motivos de la selección de la macro y micro localización del presente proyecto, a la vez del análisis a través del método de selección de localización de Brown y Gibson.

2.1.1 Macro localización

A continuación se presentará las características de la zona seleccionada para la realización del proyecto (Ruta del Sol: Santa Elena – Manabí).

2.1.1.1 Cantones Costeros de la Provincia de Santa Elena

2.1.1.1.1 Situación y Límites

Santa Elena tiene una superficie de 3,762.80 kilómetros cuadrados, la provincia consta de tres cantones o municipios: La Libertad, Salinas y Santa Elena, donde el cantón del mismo nombre es su capital. La ubicación geográfica comprende al norte la provincia de Manabí, al este y al sur la Provincia del Guayas y el Océano Pacífico al Oeste.

Figura 2.1

MAPA POLÍTICO DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA

Fuente y Elaboración: *Honorable Consejo Provincial de Santa Elena*

Esta provincia tiene la particularidad de poseer un territorio variado que va desde escarpadas montañas hasta planicies extensas y playa de gran longitud combinada con riscos precipitados hacia el mar.

La provincia de Santa Elena se encuentra comunicado con los Cantones Salinas, General Villamil y Guayaquil por una red vial estable.

La península de Santa Elena se encuentra a 120 Km. al este de la ciudad de Guayaquil y a 540 Km. sur-oeste de la ciudad de Quito.

2.1.1.1.2 Actividad Económica

La actividad económica de la provincia se basa en cuatro sectores, el comercio, para cuyo eje es el cantón de La Libertad; el turismo y la pesca, a lo largo de la provincia; y la agricultura, del cantón santa Elena. La península cuenta con algunos puertos pesqueros: Santa Rosa, San Pedro y Chanduy los más importantes centros de la zona.

La provincia posee un gran atractivo en sus balnearios paradisíacos, por lo que se estima una población flotante superior a 200,000 personas en épocas altas de turismo.

2.1.1.1.3 Indicadores Demográficos

A continuación se presentan los principales indicadores demográficos:

Tabla XX
INDICADORES DEMOGRÁFICOS DE LOS CANTONES COSTEROS DE SANTA ELENA

Cantón	Población 2001	TCP% 2001	Proyección Población 2008	IM (H/M)*100	PEA	Densidad Hab/Km^2
La Libertad	77,646	3.45%	85,752	100.1	26,104	3,081.20
Salinas	49,572	3.9%	54,747	102.5	16,253	721.60
Santa Elena	111,671	2.6%	123,329	105.5	35,750	30.40

* La información fue obtenida a partir del Censo Poblacional elaborado por el INEC en el 2001
TCP: Tasa de crecimiento poblacional (Natalidad - Mortalidad)
IM: Indicador de Masculinidad
H: Hombres
M: Mujeres
PEA: Población económicamente activa.

Fuente: *INEC – Censo Poblacional 2001*
Elaboración: *Autores*

2.1.1.2 Cantones Costeros de la Provincia de Manabí

2.1.1.2.1 Situación y Límites

Manabí es una provincia ubicada en el noroeste del Ecuador. Su capital es Portoviejo. Limita al norte con la provincia de Esmeraldas, al sur con la provincia del Guayas, al este con las provincias de Santo Domingo de los Tsáchilas, Los Ríos y Guayas, y al oeste con el Océano Pacífico.

El área total de la provincia es de 18,893.7 kilómetros cuadrados y cuenta con una población de 1,186,025 habitantes.

A la provincia de Manabí la componen 22 cantones, Portoviejo, Bolívar, Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Jipijapa, Junín, Manta, Montecristi, Paján, Pichincha, Rocafuerte, Santa Ana, Sucre, Tosagua, Veinticuatro de Mayo, Pedernales, Olmedo, Puerto López, Jama, Jaramijó y San Vicente; de los cuales Jama, San Vicente, Puerto López, Manta, Jaramijó, Portoviejo, son sus cantones costeros.

Figura 2.2

MAPA POLÍTICO DE LA PROVINCIA DE MANABÍ

Fuente y Elaboración: *Honorable Consejo Provincial de Santa Elena*

2.1.1.2.2 Actividad Económica

Manabí sustenta su economía fundamentalmente en la agricultura, la agroindustria, la ganadería y la camaracultura. La producción que generan estas áreas permite sustentar el desarrollo socio-económico.

Para los cantones costeros las actividades más importantes son la pesca y el turismo, siendo el cantón con mayor importancia el de Manta, donde se genera la mayor actividad de pesca industrial.

Los atractivos turísticos de la zona más destacables son: las playas de Manta, Jaramijó, San Jacinto, San Clemente, Bahía de Caráquez, San Vicente, Puerto López, Puerto cayo, Los Frailes, San mateo, Machalilla, Salando. Al norte de Bahía de Caráquez están las islas de los Pájaros, Corazón, Canoa y Los Aposentos. También cuenta con el Parque Nacional Machalilla y el Ecosistema de Pacoche en Manta.

2.1.1.2.3 Indicadores Demográficos

A continuación se presentan los principales indicadores demográficos:

Tabla XXI
INDICADORES DEMOGRÁFICOS DE LOS CANTONES COSTEROS DE MANABÍ

Cantón	Población 2001	TCP% 2001	Proyección Población 2008	IM (H/M)*100	PEA	Densidad Hab/Km^2
Jama	20,230	6.4 %	22,679	104	7,006	35.2
Jaramijó	11,967	3.6%	13,416	105.7	3,439	123.6
Manta	192,322	3.4 %	215,607	96.6	66,244	622.4
Portoviejo	238,430	1.5 %	267,297	96.4	79,453	249.7
Puerto López	16,626	1.8 %	18,639	110.1	4,827	39.6
San Vicente	19,116	0.3 %	21,430	106.1	6,200	26.6

* La información fue obtenida a partir del Censo Poblacional elaborado por el INEC en el 2001
TCP: Tasa de crecimiento poblacional (Natalidad - Mortalidad)
IM: Indicador de Masculinidad
H: Hombres

M: Mujeres
PEA: Población económicamente activa.
Fuente: *INEC – Censo Poblacional 2001*
Elaboración: *Autores*

2.1.2 Micro localización

Para establecer la localización del proyecto, se utilizó el Método de Localización de Brown y Gibson, el mismo que utiliza tanto factores objetivos como factores subjetivos para establecer la localización del proyecto. Sin embargo, se debe partir del hecho de que en las encuestas, el mayor número de personas indicó que desearía que la estación de transporte se encuentre en el cantón de La Libertad de la provincia de Santa Elena.

Partiendo de este hecho, se han seleccionado 3 posibles lugares entre los que se puede seleccionar la ubicación de la estación:

- Malecón de La Libertad, zona regenerada, ubicado en el Malecón y entre calles 21 y 22. A esta localización se la denominará, Malecón Regenerado.
- Malecón, zona no regenerada, ubicado en la Calle 25 entre Malecón y Avenida Segunda. Se lo denominará Malecón.

- Centro de la ciudad, Avenida Segunda entre Calles 18 y 19, a una cuadra de la estación de transporte interprovincial e intercantonal. A esta localización se la denominará, Centro.

2.1.2.1 Factores Objetivos

Los factores objetivos son aquellos que normalmente son posibles de cuantificar, lo que permite calcular el costo anual de cada localización. Debido a que se debería escoger la localización de menor costo, se le saca los inversos a los costos y se los pondera.

Tabla XXII
FACTORES OBJETIVOS DE SELECCIÓN

Localización	Alquiler	Servicios Básicos	Total	Inverso	Ponderación FOi
Malecón Regenerado	$ 6,000	$ 720	$ 6,720	1.49E-04	29%
Centro	$ 4,800	$ 600	$ 5,400	1.85E-04	36%
Malecón	$ 4,800	$ 720	$ 5,520	1.81E-04	35%
Total				**5.15E-04**	**100%**

FOi: Factor Objetivo para cada localización

Fuente: *Proveedores del servicio*
Elaboración: *Autores*

2.1.2.2 Factores Subjetivos

Primero se determinarán los factores subjetivos que se han considerado para la selección y se realizará una comparación pareada, que significa que se escoge un factor sobre otro, o bien, ambos reciben igual calificación. Luego se harán comparaciones para cada localización.

Tabla XXIII PONDERACIÓN DE LOS FACTORES SUBJETIVOS					
Factor j	Comparaciones pareadas			Suma de Preferencias	Índice Wj
	1	2	3		
Seguridad	0		1	1	25%
Nivel de concurrencia	1	1		2	50%
Apariencia del sector		0	1	1	25%
Total				**4**	**100%**

Fuente y Elaboración: Autores

Tabla XXIV PONDERACIÓN DE LOS FACTORES SUBJETIVOS EN LOCALIZACIONES															
Factor	Seguridad					Concurrencia					Apariencia del sector				
Localización	Comparaciones pareadas			S.P.	Ri1	Comparaciones pareadas			S.P.	Ri2	Comparaciones pareadas			S.P.	Ri3
	1	2	3			1	2	3			1	2	3		
Malecón regenerado	1		1	2	50%	1	1		2	50%	1	1		2	67%
Centro	1	1		2	50%	1		1	2	50%	0		1	1	33%
Malecón		0	0	0	0%		0	0	0	0%		0	0	0	0%
Total				**4**	**100%**				**4**	**100%**				**3**	**100%**

Fuente y Elaboración: Autores

Tabla XXV				
PONDERACIÓN DE LOS FACTORES SUBJETIVOS				
	Puntaje Relativo			
Factor j	**Malecón regenerado**	**Centro**	**Malecón**	**Índice Wj**
Seguridad	0.5	0.5	0	0.25
Concurrencia	0.5	0.5	0	0.5
Apariencia del Sector	0.67	0.33	0	0.25
FSi	**0.5425**	**0.4575**	**0**	

Fuente y Elaboración: Autores

2.1.2.3 Resultado

Una vez obtenidos los resultados de los factores tanto objetivos como subjetivos, se procede a ponderarlos para obtener el resultado total, en este caso, se ha procedido a asignar un 50% de peso a cada factor.

Tabla XXVI			
PONDERACIÓN DE LOS FACTORES TOTALES			
Localización	**FSi (0.5)**	**Foi(0.5)**	**Total**
Malecón regenerado	54.3%	28.9%	41.6%
Centro	45.8%	35.9%	40.8%
Malecón	0.0%	35.2%	17.6%

Fuente y Elaboración: Autores

La localización seleccionada como estación para el transporte, es el Malecón regenerado de La Libertad.

2.1.2.4 Características del Cantón

La Libertad, es el centro de acopio para la industria turística de la península, principalmente de alimentos (hoteles, tiendas, restaurantes). Como el comercio es la vida de este cantón, su movimiento es fluido todo el año. Es más, los centros comerciales de la península de Santa Elena están en La Libertad.

La extensión del cantón es de 25.2 Km2, ubicada en el corazón de la bahía de Santa Elena, contiguo a un pintoresco grupo de rocas denominadas “caleta”. Su administración es municipal, y el actual alcalde es el Ing. Patricio Cisneros Granizo.

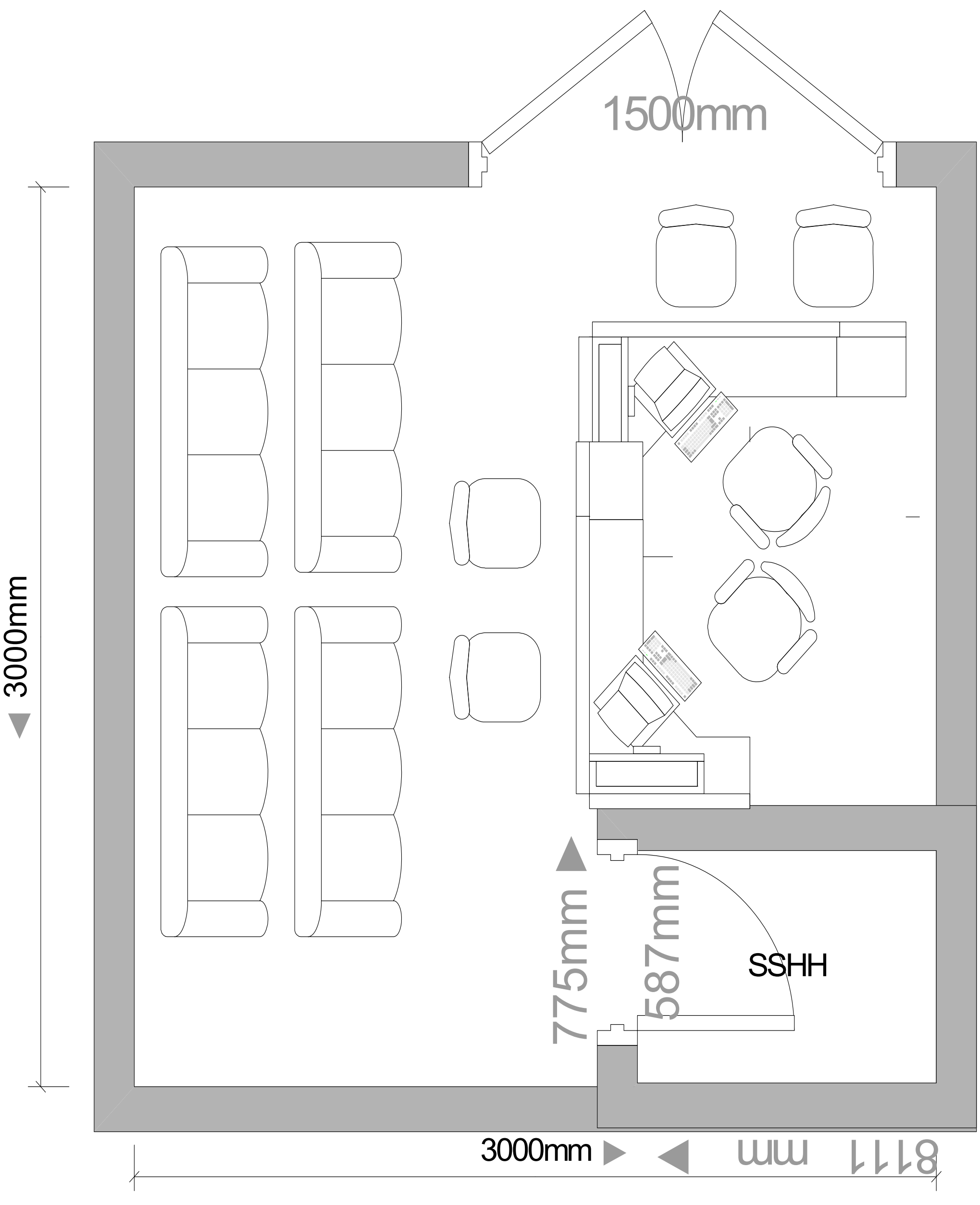
La mayor cantidad de pobladores se dedica a las actividades de turismo y comercio.

2.1.2.5 Características de la Infraestructura

Físicamente el proyecto se localizará en el cantón La Libertad, en el Malecón regenerado, las dimensiones y las áreas se detallan en el siguiente gráfico:

Figura 2.3

DISEÑO DE INFRAESTRUCTURA DEL PROYECTO



Fuente y Elaboración: *Autores*

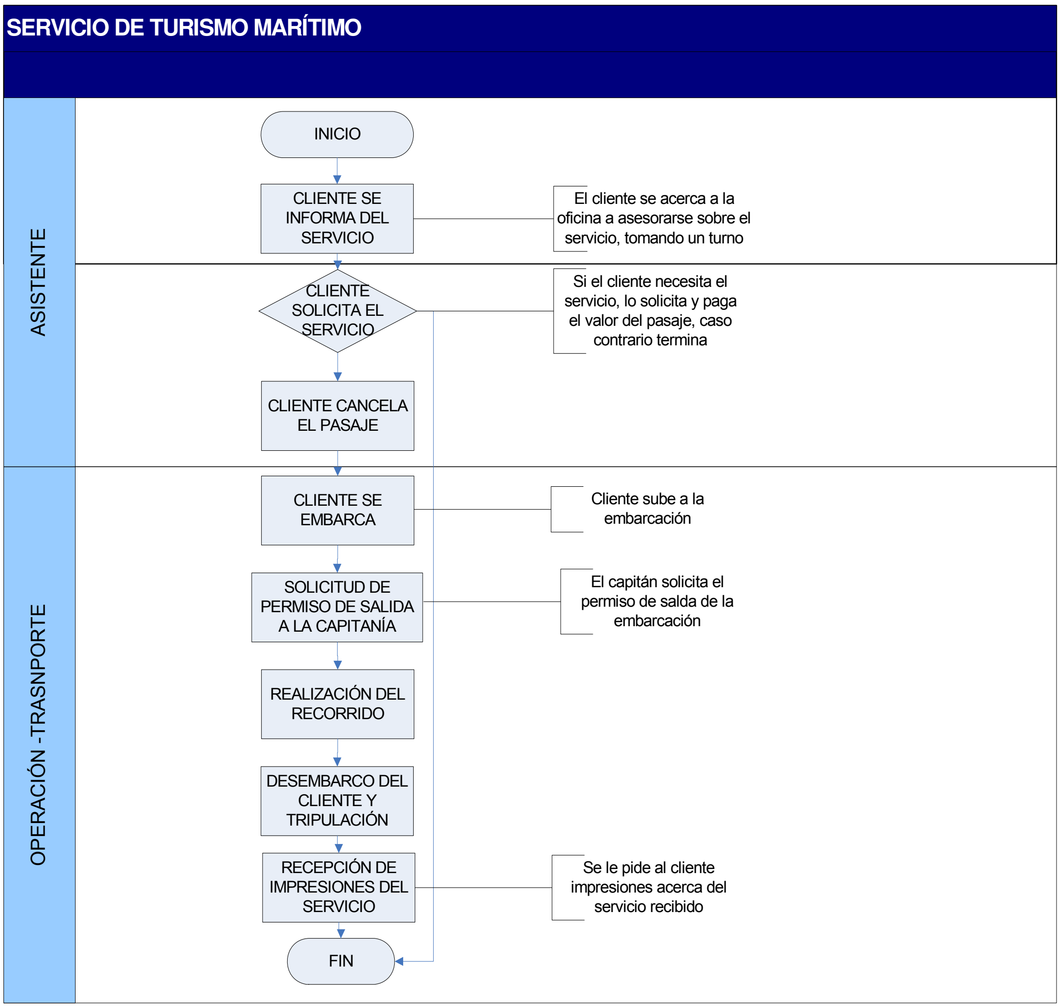
2.2 INGENIERIA DEL PROYECTO

A continuación se presentan los puntos técnicos para la realización del proyecto.

2.2.1 Diagrama del Proceso de Servicio

Figura 2.4

DIAGRAMA DE PROCESO: SERVICIO DE TRANSPORTE



Fuente y Elaboración: *Autores*

2.2.2 Inversiones

Con el objetivo de brindar un servicio eficiente y acorde a las necesidades de nuestros clientes, en el siguiente cuadro se resumen las necesidades de equipamiento, sus características y el monto de la inversión.

Tabla XXVII
INVERSIONES EN EQUIPO

Tipo de activo	Unid.	Características	Precio	Inversión	Proveedores
Lancha	2	▪ Capacidad: 16 pasajeros. ▪ Capacidad Tanque: 100 galones ▪ Dimensiones: 8.5 x 2.5 metros ▪ Consumo: 3-5 galones/hora	$ 6,000	$ 12,000	Océano Fábrica (Anconcito)
Computadora	2	▪ HP-COMPAQ SLIM DC ▪ 2.4GHZ ▪ 2GB RAM ▪ 320GB Disco Duro ▪ DVDR	$ 450	$ 900	Cartimex S.A: Computron
Impresora Matricial	1	▪ Alto Rendimiento	$ 70	$ 70	Cartimex S.A: Computron
Impresora a tinta	1	▪ Multifunción. ▪ Color	$ 110	$ 100	Cartimex S.A: Computron
Escritorios	2	▪ Mueble Modular	$ 150	$ 300	Mega Muebles Carvajal
Sillas Giratorias	2	▪ Mueble Modular	$ 100	$ 200	Mega Muebles Carvajal
Sillas	4	▪ Mueble Modular	$ 75	$ 300	Mega Muebles Carvajal
Sillas triples	4	▪ Mueble Modular	$ 150	$ 600	Mega Muebles Muebles Carvajal
Aire acondicionado	1	▪ SLIM	$ 400	$ 400	Casa Comercial
Refrigerador pequeño	1		$ 300	$ 300	Casa Comercial
Teléfonos de Escritorio	2		$ 35	$ 70	Casa Comercial
Chalecos	36		$ 15	$ 540	Mercado Libre
		TOTAL		**$ 16,010**	

Fuente: *Proveedores*
Elaboración: *Autores*

2.2.3 Ruta del Servicio – Características Técnicas

El recorrido a realizar se ha definido de acuerdo al estudio de mercado realizado, las características técnicas como tiempo de duración y consumo de combustible se detallan en la siguiente tabla:

Tabla XXVIII Recorrido		
Recorrido	**Duración de Recorrido**	**Consumo de Combustible**
La Libertad - Ballenita - Ayangüe - Montañita Puerto López - Los Frailes	4	5 galones/hora

Fuente y elaboración: *Autores*

Se estima la realización de 1 recorrido ida y vuela diario por embarcación.

2.2.4 Capacidad

Considerando los puntos expuesto anteriormente, la capacidad máxima de producción del servicio es de 15,974 tiquetes al año, sin considerar los pasajeros que se puedan tomar en los puntos de llegada.

Tabla XXIX CAPACIDAD MÁXIMA DE PRODUCCIÓN				
Capacidad	**Recorridos**	**Unidades**	**Días de trabajo**	**Capacidad Máxima(60%)**
16	16	2	360	**15974**

Fuente y elaboración: *Autores*

Con los datos de la proyección de la demanda que se encuentran en el Capítulo 2, se establece la producción y cantidades de pasajes que se pretenden vender por año para los siguientes 10 años:

Tabla XXX PROYECCIÓN DE LA DEMANDA										
Concepto / Año	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Capacidad de producción	26.624	28.488	30.482	32.616	34.899	37.342	39.955	42.752	45.745	48.947
Ventas en unidades	15.974	17.092	18.289	19.569	20.939	22.404	23.973	25.651	27.446	29.368

Fuente y elaboración: *Autores*

2.2.5 Leyes y Regulaciones

Con el fin de cumplir las normas legales ecuatorianas establecidas, se deben obtener los siguientes permisos, certificados y documentos:

Tabla XXXI PERMISOS Y CERTIFICADOS	
Certificado o Permiso	**Institución**
RUC	Servicio de Rentas Internas
Matrícula	Capitanía de Puerto
Permiso Municipal	Municipio de Salinas
Inspección de seguridad	Capitanía de Puerto
Arqueo, avalúo y clasificación	Capitanía de Puerto
Permisos de tráfico	Capitanía de Puerto

Fuente: *Instituciones de Regulación*
Elaboración: *Autores*

La inversión para el cumplimiento legal se estima en $800 dólares.

2.3 ORGANIGRAMA

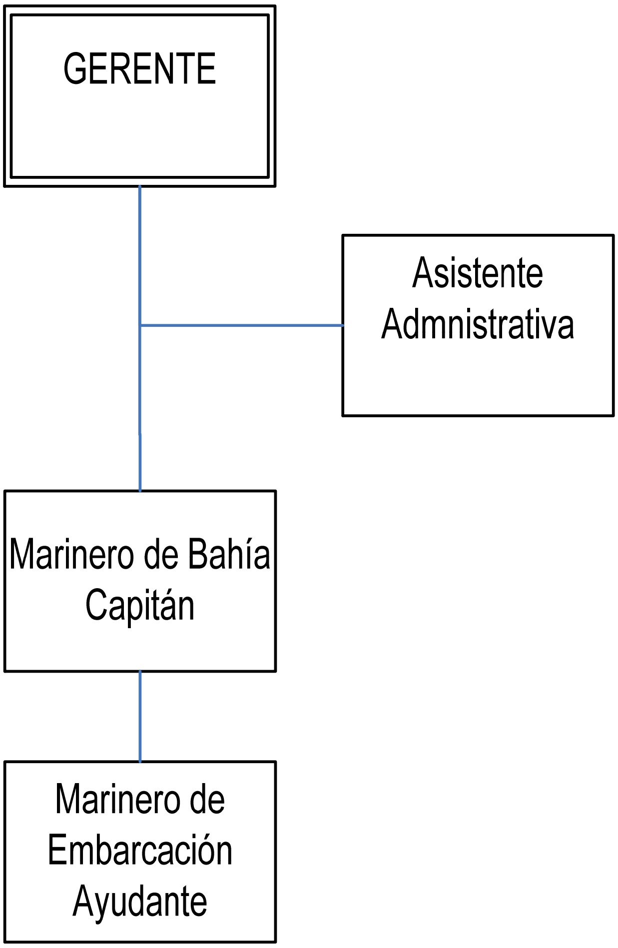
Debido al tamaño de la empresa, a las características del servicio que se brindan y a las necesidades propias de la misma, la organización de la empresa se detalla a continuación:

Tabla XXXII					
BALANCE DE PERSONAL					
Puesto o Cargo	**Num.**	**Funciones**	**Salarios Mensuales**	**Totales Mensuales**	**Salarios Anuales Totales**
Gerente o Administrador	1	• Administra y la operación del negocio. • Gestión de convenios con hoteles y restaurantes. • Recepción y atención de clientes.	$ 600	$ 600	$7,200
Secretaria (o) o Asistente	1	• Recepción y atención de clientes. • Recepción de pagos. • Registro y control de clientes. • Contabilidad del negocio.	$ 220	$ 220	$ 2,640
Marinero de Bahía - Capitán	2	• Guía de la embarcación. • Control de la seguridad de los pasajeros.	$ 400	$ 800	$ 9,600
Marinero de Embarcación - Ayudante	2	• Asistente del capitán. • Vigilancia de la embarcación. • Mantenimiento y limpieza de la embarcación.	$ 300	$ 600	$ 7,200
TOTAL				**$ 2,220**	**26,640**

Fuente y elaboración: *Autores*

Figura 2.5

Organigrama



Fuente y elaboración: *Autores*

CAPÍTULO 3: ESTUDIO FINANCIERO

3.1 PLAN DE INVERSIÓN

La inversión inicial en el presente proyecto será capitalizada mediante un financiamiento mixto, es decir, deuda y aporte propio en un 50% cada uno.

El componente deuda, será adquirido a través del sistema financiero nacional, con la Corporación Financiera Nacional a una tasa de financiamiento del 9.5% y con pagos trimestrales constantes (incluye pago de capital e interés).

El componente aporte propio, se lo ha determinado utilizando recursos propios de los inversionistas.

La inversión inicial está constituida por muebles y suministros de oficina, equipos de computación, lanchas, y material de salvavidas (chalecos). En la inversión inicial también están considerados los gastos de constitución de la empresa promotora del proyecto, así como los gastos por promociones pre operativo anterior a la constitución de la misma. Adicionalmente, se ha considerado un capital de trabajo que cubra los costos operativos del proyecto.

La inversión inicial para llevar a cabo el presente proyecto, ha sido calculada en US$ 17156.55 dólares de los Estados Unidos de América

Tabla XXXIII			
INVERSIÓN INICIAL			
Descripción	**Cantidad**	**Precio**	*Total*
INVERSIÓN FIJA			
Lanchas	2	$ 6,000.00	$ 12,000.00
Computadoras	2	$ 450.00	$ 900.00
Impresora Multifunción	1	$ 100.00	$ 100.00
Impresora Matricial	1	$ 70.00	$ 70.00
Teléfono de escritorio	2	$ 35.00	$ 70.00
Muebles y enseres	1	$ 1,400.00	$ 1,400.00
Aire acondicionado	1	$ 400.00	$ 400.00
Refrigerador	1	$ 300.00	$ 300.00
Chalecos salvavidas	36	$ 15.00	$ 540.00
TOTAL INVERSIÓN FIJA			**$ 16,010.00**
INVERSIÓN DIFERIDA			
Gastos de Promoción del proyecto			$ 254.00
Gastos legales de constitución			$ 800.00
TOTAL INVERSIÓN DIFERIDA			**$ 1,054.00**
CAPITAL DE TRABAJO			**$ 92.55**
TOTAL INVERSIÓN INICIAL			**$ 17,156.55**

Fuente: *Proveedores, Otros proyectos.*
Elaboración: *Autores*

3.2 ESTRUCTURA DEL CAPITAL

La tabla de estructura de capital, tal como lo indica su nombre, indica la manera en la que está estructurado el capital requerido para llevar a cabo el proyecto, es decir, la situación general inicial de la empresa. Así tenemos que los componentes de dicha estructura de capital son los siguientes:

3.2.1 Activo Corriente

Está constituido por el Capital de Trabajo u Operativo, y por las provisiones para imprevistos. El capital de operación representa el primer día de los gastos operativos en los que incurrirá la empresa.

Los gastos operativos mensuales en los que incurrirá la Empresa son los siguientes:

- Gastos de sueldos y salarios por pago al personal
- Gastos de promoción y publicidad
- Gastos por pago a servicios básicos
- Gasto por pago de permisos y tasas

3.2.2 Activos Fijos

Están conformados por los equipos y vehículos del proyecto; el dinero que se invierte en dichos activos será recuperado por vía depreciación.

En la inversión inicial del presente proyecto, están considerados los siguientes activos fijos:

A) Equipos de oficina:

- Aire acondicionado
- Teléfonos de escritorio
- Refrigerador

B) Muebles y enseres de oficina:

- Sillas para escritorio
- Escritorios
- Sillas de espera

C) Equipos de computación:

- Computadoras
- Impresoras

E) Vehículos:

Lanchas para el transporte de los turistas con capacidad para 16 personas.

F) Otros activos fijos:

Aquí se incorporan los chalecos.

3.2.3 Activo Diferido

Constituyen todos los gastos antes de la constitución de la compañía, los mismos que serán recuperados vía amortización

En la inversión inicial del proyecto de la empresa, están considerados los siguientes activos diferidos:

- Gastos legales de constitución de la empresa
- Gastos de Publicidad antes de constitución de la empresa.

3.2.4 Pasivos

Para el caso de la empresa, los pasivos están representados por la deuda que se ha adquirido con la Corporación Financiera Nacional (CFN), en este caso el 50% de la inversión inicial.

3.2.5 Patrimonio

El patrimonio está representado por el capital propio que aportan los accionistas al momento de constituir la compañía.

3.3 DEPRECIACIÓN Y AMORTIZACIÓN DE ACTIVOS, Y VALOR DE DESECHO.

Para los cálculos de la depreciación y amortización de activos se ha tomado como referencia la Ley Orgánica de Régimen Tributario Interno y su reglamento. Adicionalmente se establece una inversión en equipos de computación en los años 4, 7 y 10 del proyecto, con el fin de reponer los obsoletos. Los valores se detallan a continuación:

Tabla XXXIV						
	DEPRECIACION	DE	ACTIVOS	FIJOS		
Activo	**Valor de Compra**	**Vida Contable**	**Deprec. Anual**	**Años por Deprec.**	**Deprec. Acum.**	**Valor en Libros**
Lanchas	12000	10	1200	0	0	0
Muebles y Enseres	1400	5	280	0	0	0
Equipos de Computación (4-6)	900	3	300	1	300	600
Equipos de Computación (7-9)	170	3	56,66667	1	56,6667	113,3333
Equipos de Computación (10)	80	3	26,66667	1	26,6667	53,33333
Equipos de refrigeracion	700	5	140	0	0	0
Equipos de Oficina	70	3	23,33333	1	23,3333	46,66667
Depreciación Anual Total			2026,667	**Valor en libros**		813,3333

Fuente: *Reglamento para la Aplicación de la Ley Orgánica de Régimen Tributario Intern*
Elaboración: *Autores*

Como se puede apreciar, el monto de depreciación anual es de US$ 2026,667 durante los diez años que dura el proyecto.

Para el cálculo del valor de desecho, se ha utilizado el método contable, el mismo que considera como valor de desecho del proyecto, el valor en libros de los activos al finalizar el mismo, el cual asciende a US$ 813.33 dólares de los Estados Unidos de América.

3.4 INGRESOS

Los ingresos del presente proyecto están comprendidos por el número de turistas nacionales e internacionales que se movilizan en las 2 lanchas que posee el proyecto, a los 2 recorridos establecidos en el capítulo técnico.

El número de pasajeros se estableció mediante los resultados de las encuestas, y ajustándolo a la capacidad instalada real del proyecto.

El precio unitario del pasaje, se obtuvo aplicando un precio esperado a las diferentes opciones escogidas por la muestra poblacional, lo cual dio un precio promedio ponderado de US$ 4.49.

Tabla XXXV					
PROYECCIÓN DE LAS VENTAS					
Años	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**
Transporte de pasajeros	15.974	17.092	18.289	19.569	20.939
Precio unitario	$4.50	$4.50	$4.50	$4.50	$4.50
Total ventas	$71.723,26	76.743,89	82.115,96	87.864,08	94.014,56
Años	**6**	**7**	**8**	**9**	**10**
Transporte de pasajeros	22.404	23.973	25.651	27.446	29.368
Precio unitario	$4.50	$4.50	$4.50	$4.50	$4.50
Total ventas	100.595,58	107.637,27	115.171,88	123.233,91	131.860,29

Fuente y elaboración: *Autores*

3.5 EGRESOS

Los principales costos en los que incurrirá la empresa, son los siguientes:

3.5.1 Costos de Prestación del Servicio

Los principales costos operativos o de prestación del servicio corresponden a mano de obra directa, y el pago por el combustible de las lanchas.

Cada lancha consume un promedio de 5 galones por hora, y si cada lancha se moviliza en promedio, durante un día un total de 8 horas, se van a necesitar 1,800 galones mensuales

En la siguiente tabla se resumen los costos operativos:

Tabla XXXVI COSTOS OPERATIVOS				
Concepto	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo mensual**	**Costo anual**
Mano de Obra Directa:				
Gerente General	1	$600,00	$600,00	$7.200,00
Asistente Administrativo	1	$220,00	$220,00	$2.640,00
Marinero de Bahía	2	$400,00	$800,00	$9.600,00
Marinero de embarcación	2	$300,00	$600,00	$7.200,00
Materia prima:				
Galones de diésel	1.800	$1,50	$2.700,00	$32.400,00
TOTAL COSTOS OPERATIVOS			**$4.920,00**	**$59.040,00**

Fuente y elaboración: *Autores*

Se ha descartado a la inflación dentro del análisis debido a que el rubro más importante o de mayor peso que es el combustible, ha presentado pocas o nulas variaciones en los últimos años, y a la volatilidad que ha presentado este indicador en los últimos años.

3.5.2 Gastos Administrativos

Los Gastos Administrativos se han dividido en cuatro rubros, los que tienen que ver con la publicidad, los servicios básicos, el alquiler del local y los permisos que hay que cumplir anualmente, los mismos que ascienden a US$ 6678.

A continuación se presenta el desglose.

Tabla XXXVII				
COSTOS NO OPERATIVOS				
Descripción	**Cantidad**	**Costo unitario**	**Costo mensual**	**Costo anual**
Gastos Servicios Básicos				
Luz, agua y teléfono Oficina	1	$ 40,00	$ 40,00	$ 480,00
Varios				
Tripticos, afiches, página Web	1	$ 254,00	$ 254,00	$ 3.048,00
Alquiler local	1	$ 250,00	$ 250,00	$ 3.000,00
Permisos, tasas	1	$ 12,50	$ 12,50	$ 150,00
TOTAL				**$ 6.678,00**

Fuente y elaboración: *Autores*

3.5.3 Gastos Financieros

Estos gastos representan el pago trimestral de intereses por el préstamo realizado a la Corporación Financiera Nacional.

Dentro del Flujo de Caja proyectado, es importante también anotar el pago de capital de la deuda, dado que también representa una salida de efectivo.

La Tabla de Amortización de la deuda se presenta a continuación:

Tabla XXXVIII				
NUEVO CRÉDITO CORTO/MEDIANO PLAZO				
CUOTA DECRECIENTE				
MONTO INICIAL:	**$ 8.578,28**			
PLAZO ANUAL	**4**			
GRACIA TOTAL	**0**			
GRACIA PARCIAL	**1**			
INTERÉS NOMINAL	**4,75%**			
PERÍODO DE PAGO	**Semestral**			
PERÍODO	**PRINCIPAL**	**INTERES**	**AMORTIZ.**	**CUOTA**
1	$ 8.578,28	$ 407,47	0	$ 407,47
2	$ 8.578,28	$ 407,47	$ 1.225,47	$ 1.632,94
3	$ 7.352,81	$ 349,26	$ 1.225,47	$ 1.574,73
4	$ 6.127,34	$ 291,05	$ 1.225,47	$ 1.516,52
5	$ 4.901,87	$ 232,84	$ 1.225,47	$ 1.458,31
6	$ 3.676,40	$ 174,63	$ 1.225,47	$ 1.400,10
7	$ 2.450,94	$ 116,42	$ 1.225,47	$ 1.341,89
8	$ 1.225,47	$ 58,21	$ 1.225,47	$ 1.283,68
		$ 2.037,34	**$ 8.578,28**	**$ 10.615,62**

Fuente: *Corporación Financiera Nacional (CFN)*
Elaboración: *Autores*

3.6 FLUJO DE CAJA

En el Flujo de Caja se presentan todas las entradas y salidas reales de efectivo.

Tabla XXXIX

FLUJO DE CAJA

Descripción	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Ingresos		71.723,26	76.743,89	82.115,96	87.864,08	94.014,56	100.595,58	107.637,27	115.171,88	123.233,91	131.860,29
Ingresos por vta de activos				122,00		210,00	122,00			122,00	1.410,00
Valor de Salvamento											1.706,40
(Egresos)		68.559,60	72.517,77	77.927,03	81.205,83	88.194,06	92.731,32	97.307,79	103.510,01	111.366,38	120.160,63
Costos Operativos		59.040,00	63.172,80	67.594,90	72.326,54	77.389,40	82.806,65	88.603,12	94.805,34	101.441,71	108.542,63
Costos no Operativos		6.678,00	6.678,00	6.678,00	6.678,00	6.678,00	6.678,00	6.678,00	6.678,00	6.678,00	6.678,00
Depreciación		2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67
Pago de intereses		814,94	640,31	407,47	174,63	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Valor en libros				0,00		0,00	0,00			0,00	813,33
Egreso por reinversion				1.220,00		2.100,00	1.220,00			1.220,00	2.100,00
Utilidad antes imptos.		3.163,66	4.226,11	4.310,93	6.658,24	6.030,50	7.986,26	10.329,49	11.661,88	11.989,54	14.816,06
15% Participación trabajadores		474,55	633,92	646,64	998,74	904,57	1.197,94	1.549,42	1.749,28	1.798,43	2.222,41
Utilidad despues de aportación		2.689,11	3.592,20	3.664,29	5.659,51	5.125,92	6.788,32	8.780,06	9.912,60	10.191,11	12.593,65
25% Impto a la Renta		672,28	898,05	916,07	1.414,88	1.281,48	1.697,08	2.195,02	2.478,15	2.547,78	3.148,41
Utilidad Neta		2.016,83	2.694,15	2.748,22	4.244,63	3.844,44	5.091,24	6.585,05	7.434,45	7.643,33	9.445,24

Depreciación		2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67	2.026,67
Valor en libros											813,33
(Inversión Inicial)	17.064,00										
(Capital de Trabajo)	92,55										
Préstamo	8.578,28										
(Pago de Capital)		1.225,47	2.450,94	2.450,94	2.450,94	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
F. CAJA	**-8.578,28**	**2.818,03**	**2.269,88**	**2.323,95**	**3.820,36**	**5.871,11**	**7.117,91**	**8.611,71**	**9.461,11**	**9.670,00**	**12.377,79**

Fuente y elaboración: *Autores*

3.6 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO

3.6.1 Cálculo de Indicadores de Rentabilidad

3.6.1.1 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor Actual Neto (VAN), trae al valor presente los flujos futuros de efectivo, para lo cual requiere de una tasa de descuento, conocida como TMAR (tasa mínima atractiva de retorno), la que se ha calculado de la siguiente manera:

$$CPPC = W_D * K_{Ddi} + W_E \left[R_f + \beta \left[R_m - R_f \right] + R_{país} \right]$$

Donde:

w_D = D/(D+E) : peso ponderado de la deuda. Sobre la inversión efectuada el porcentaje financiado por deuda.

w_E = E/(D+E) : peso ponderado del capital propio. Sobre la inversión efectuada el porcentaje financiado por deuda.

r_f [3]: tasa libre de riesgo. Existe consenso en considerar como tasa libre de riesgo al rendimiento ofrecido por los Bonos del Tesoro de los Estados Unidos (*T Bonds*), por ende la proxy de tasa libre de riesgo más adecuado son los bonos del tesoro de los Estados Unidos a 10 años.

r_m : tasa de retorno del mercado. Se ha tomado la tasa Máxima de Rentabilidad de Inversionistas[4] (Bonos Globales 2012 en el Mercado Internacional)

$r_{país}$: tasa de riesgo del país. Se la expresa como un índice ó como un margen de rentabilidad sobre aquella implícita en bonos del tesoro de los Estados Unidos.

KDdi : costo de la deuda después de impuestos.

kDdi = kDai . (1 - t)

k_{Dai} : Costo de la Deuda antes de Impuestos.

k_{Ddi} : Costo de la Deuda después de Impuestos.

t : Tasa Impositiva en Ecuador

$$\beta = \beta_{NA}\left[1 + (1-t)(1-Pt) * D/E)\right]$$

---

3 http://www.portfoliopersonal.com/Tasa_Interes/hTB_TIR.asp y http://www.ositran.gob.pe/documentos/088-ANEXO-Apéndice%201%20(WACC)%20(2).pdf

4 Superintendencia de Compañía

β_{na} = beta de activos o no apalancado.

Pt = participación de los trabajadores

El resultado se presenta a continuación

Tabla XL	
CÁLCULO DE LA TASA DE DESCUENTO	
Concepto	**Valor**
wD = D/(D+E) : peso ponderado de la deuda.	**0,50**
wE = E/(D+E) : peso ponderado del capital propio.	**0,50**
rf : tasa libre de riesgo.	**0,05**
rm : tasa de retorno del mercado.	**0,09**
rpaís : tasa de riesgo del país.	**0,3957**
kDdi = kDai . (1 - t)	**0,07**
kDai : Costo de la Deuda antes de Impuestos.	**0,10**
βna = beta de activos o no apalancado.	**0,87**
Pt = participación de los trabajadores	**0,15**
β : (Beta apalancado) medida del riesgo de la inversión.	**1,42**
t : Tasa Impositiva en Ecuador .	**0,25**
D: Deuda	**8.578,28**
E: Patrimonio	**8.578,28**
CPPC	**28.63%**

Una vez obtenida la tasa de descuento, se procede a calcular el VAN del proyecto, el cual es de US$ 5.452,4.

Esto significa que el proyecto es rentable.

3.6.1.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La Tasa Interna de Retorno (TIR) obtenida sobre la inversión es de 43.01%, valor que es mayor a la tasa de descuento (28.63%), lo cual indica que invertir en el transporte marítimo de turistas en la Ruta del Sol, es viable y factible para los inversionistas.

3.6.1.3 Período de Recuperación de la Inversión

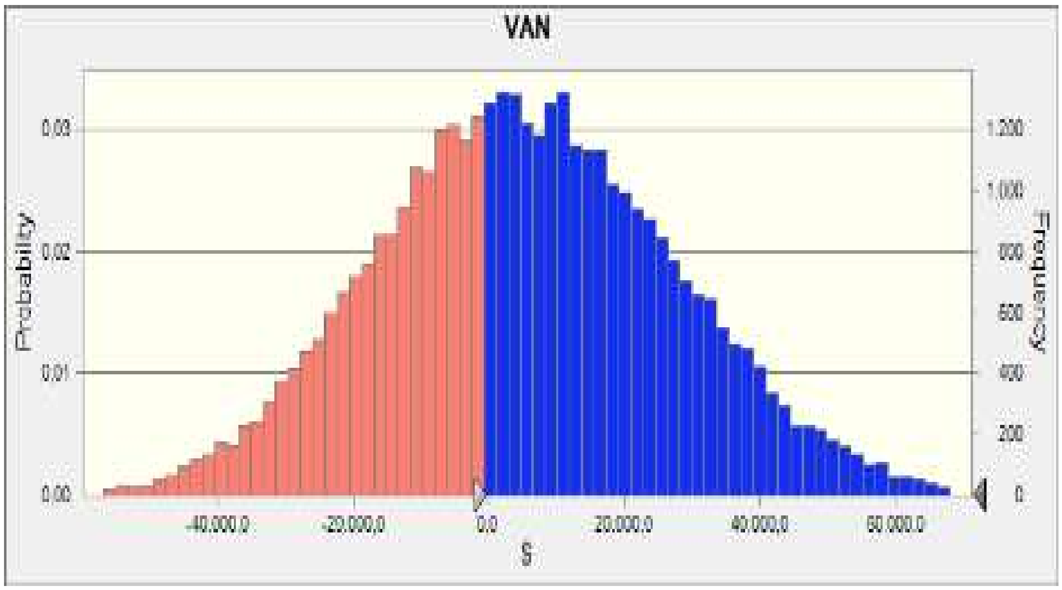
Tomando en consideración los datos del Flujo de Caja, la inversión se recupera en el primer año.

Tabla XLI				
PERIODO DE RECUPERACIÓN				
Años	**Flujo de Caja**	**Rendimiento**	**Amortización**	**Saldo**
0	-	-	-	$ 10,015.93
1	$ 13,129.27	$ 2,854.54	$ 10,274.73	-$ 258.81

3.6.1.4 Análisis del Crystall Ball

3.6.1.4.1 VAN

Figura 3.1



Con el gráfico obtenido después de la simulación del Crystall Ball, podemos observar que cuando el VAN esta en 0, obtenemos un 59,095% de verdadera rentabilidad del proyecto.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Una vez finalizado el desarrollo del presente proyecto, se han establecido las siguientes conclusiones:

- Existe aceptación por parte de los potenciales consumidores de utilizar el servicio presentado, debido a que se lo ha presentado como una alternativa de transporte.
- No existen competidores directos del servicio, lo cual brinda una oportunidad muy grande de obtener una participación en el mercado.
- Técnicamente el proyecto de implementación del sistema de transporte marítimo es viable.
- Una vez evaluado el proyecto, se puede observar que el mismo presenta un gran atractivo, se obtuvo un VAN positivo y la tasa interna de retorno es mucho mayor a la tasa de descuento.
- El proyecto como tal, ofrece una gran alternativa al turista, ya que además del transporte como tal, aprovecha las bondades turísticas de la zona.
- Se recomienda hacer campañas de información sobre el nuevo servicio de transporte que se brindaría.

- Mejoramiento continuo del servicio, capacitando al personal de trabajo para que así brinde un mejor servicio a los turistas.

BIBLIOGRAFÍA

- Schultz, D.; S. Tannenbaum; y R. Lauterborn (1997),“***Comunicaciones de Marketing Integradas”,*** Ediciones Granica.
- Galeanao, E. (1997), ***“Modelos de Comunicación”***, Ediciones Macchi.
- Kotler, P. (2001), ***“Dirección de Marketing: la edición del milenio”*** Décima Edición. Ediciones Prentice Hall,
- Bonnin, J. (1993) ***“Comunicación - Estrategias, técnicas y tácticas en el mercado”***, - Ediciones Macchi.
- Santesmases, M. (2000), ***“Marketing: Conceptos y estrategias***”, Madrid, Editorial Pirámide.
- <www.hoy.com.do/economia/2008/7/16/240017/RD-depende-mas-del-turismo. Economía. 20 de diciembre del 2008 “***RD depende mas del turismo***”>
- <www.digmer.gov.ec 25 de enero 2009>
- <www.hcpse.gov.ec, 25 de enero del 2009>
- <http://www.hcpse.gov.ec/images/stories/Turismo/plan_de_marketing.pdf. ***Plan de Marketing Turístico de La Provincia de Santa Elena***, 25 de enero del 2009>
- www.inec.gov.ec