Autores: Ing. Ma. Elizabeth Arteaga García
Ing. Ma. Del Carmen Pérez Liberio

TRAVESIA SOL-OPERADORA TURISTICA

Los estudios realizados por la Organización Mundial de Turismo en el último año demostraron que el turismo internacional en América del Sur había registrado un incremento del 12%. En Ecuador, el turismo constituye su tercer eje de desarrollo, llegando a representar el 4.4% del PIB en el 2003. En el 2004, la tendencia de crecimiento del turismo interno es del 2.3% y de la llegada de turistas extranjeros es del 3.8%, constituyéndose un entorno adecuado para la creación de la compañía de responsabilidad limitada "Travesía Sol".

"Travesía Sol" es una operadora turistica creada con el único propósito de dar a conocer, tanto a turistas nacionales como extranjeros, todos los encantos ocultos de la Ruta del Sol, la cual está comprendida entre Santa Elena y Manta. Se enfocará primeramente en el turismo interno, ya que representa el 53% del consumo turístico, siendo su primer nicho de mercado la ciudad de Guayaquil, que posee el 33% de la demanda potencial. En cuanto a los turistas extranjeros, serán captados paulatinamente a través del SPOT (punto de venta y promoción) localizado en Manta, Santa Elena y Salinas.

Las proyecciones de crecimiento de ventas para el segundo y tercer año son del 10% y 17%, respectivamente para el turismo interno, mientras que en el turismo extranjero se estima captar el 10% de los visitantes de cruceros, entre el primer y segundo año de operaciones.

En cuanto a precios de los paquetes turísticos estos fluctuaran entre $12 y $180 por persona, dependiendo de la solicitud de actividades del cliente, duración, y la forma de pago a emplear. Durante el primer año se empleara un margen de utilidad del 15% y se aplicará una política de crédito flexible para el cliente, mediante el uso de tarjetas y planes acumulativos.

Para el efecto de satisfacer los gustos mas exigentes, se ofrecerán los siguientes paquetes turísticos: Paseo en boggie, Cultural, Disfruta, Familiar, S&F Short and Fast, Corporativo, Travesia Sol especial y A tu gusto, los cuales incluirán: Visitas a playas, iglesias, museos, recorridos en buggies, turismo étnico, practicas deportivas, alojamiento y alimentación. Los clientes podrán recibir información en cualquiera de los SPOT's, los cuales estarán ubicados en: Salinas, Santa Elena, Ayangue, Montañita, Puerto López y Manta.

En el mediano plazo, se incorporaran atractivos adicionales como el skybunda (deslizamiento sobre una colina de arena) y la tarabita.

La estructura organizacional de "Travesia Sol" incluirá: Gerente General, Gerente de Logística, Gerente de Mercadeo, Gerente Administrativo, Personal de Ventas y Guías Turísticos, secretarias y/o asistentes.

Travesia Sol es una compañía con conciencia social y ambiental. Por ello establecerá alianzas con los grupos nativos de las comunas, y así quienes puedan ser sus proveedores, tendrán la oportunidad de mostrar sus productos y servicios. Además, se contrataran guías turísticos nativos para que coordinen las actividades de esparcimiento en cada localidad. Se participará activamente en las campañas de limpieza de playas y se promoverá el reciclaje.

La inversión en activos fijos y capital de trabajo es de $20.070 para arrancar, por la naturaleza de los servicios y la estructura del negocio se mantendrán los costos administrativos en $ 2.780 promedio mensual durante el primer año. Se han considerado aumentos de salarios de 5% anual. Se estableció un porcentaje de crecimiento en ventas de un 10% para el segundo año y 17% para el tercero, además durante los dos primeros años, la inversión en promoción y publicidad será de $12000 dólares sustentando nuestro crecimiento en ventas.

La tasa interna de retorno del proyecto es del 18% con un valor actual neto positivo, lo cual garantiza el retorno de la inversión para los socios.

Los principales riesgos de este proyecto son: Cambios de preferencias del turista interno, surgimiento de nuevas operadoras con servicios innovadores, deterioro de la calidad de los servicios de los proveedores, la carencia de servicios básicos en la Península de Santa Elena durante la temporada y el crecimiento de los costos por parte de los proveedores.