

**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL**

**Facultad de Ingeniería en Electricidad y  
Computación**

**Negociaciones a través de Internet**

**“Paquetes Turísticos”**

**TRABAJO DE GRADUACIÓN**

**Previa a la obtención del título de:**

**LICENCIADO EN SISTEMAS DE INFORMACIÓN**

**Presentado por:**

**Abel González Véliz**

**Víctor San Miguel Figueroa**

**Gina Veintimilla Alava**

**Guayaquil – Ecuador**

**Año**

**2003**

# TRIBUNAL DE GRADUACIÓN



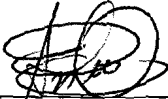
---

Lcdo. Jorge Olaya, MBA  
Director de Tesis



---

Ing. Carlos Martín, MSIG  
Miembro Principal



---

Ing. Edgar Izquierdo, MSIG  
Miembro Principal

# DEDICATORIA

A Dios,

A nuestros padres.

## **AGRADECIMIENTO**

A Dios, por permitirnos culminar nuestros estudios y alcanzar nuestras metas.

A nuestros padres, por ofrecernos siempre todo el apoyo que necesitemos.

# 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”

  
Sr. Abel González Véliz

  
Sr. Victor San Miguel F.

---

Sra. Gina Veintimilla Alava

## Resumen Ejecutivo

Ecuador es un país con una gran riqueza natural por eso está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del Planeta. Además posee una amplia gama de culturas. Estas características han hecho que cada año el ingreso de turistas al Ecuador aumente.

Cada vez más personas se interesan en las maravillas que ofrece el Ecuador, creándoles el deseo por conocerlo y visitar sus atractivos turísticos. En la actualidad no sólo se sienten atraídos por las famosas islas Galápagos, sino también en la diversidad de paisajes de la costa, sierra y oriente.

Esta necesidad nos ha motivado crear una fuente para ofrecer servicios de paquetes turísticos por medio de internet, pensando en todo tipo de personas, nacionales y extranjeras, con sus diferentes gustos y necesidades. Este medio de comunicación permitirá abarcar un gran mercado si tomamos en cuenta que solo el año pasado ingresaron al país 653.993 turistas, en su mayoría estadounidenses y europeos.

El servicio consistirá en ofrecer información turística de Ecuador (ciudades, lugares, hoteles, restaurantes, historia, etc.) en una página Web, donde se promocionarán paquetes turísticos con destino a una o varias ciudades. El costo del paquete dependerá de las características que soliciten las personas por ejemplo categorías de hoteles. Además los visitantes de la página podrán

formar también sus propios paquetes, escogiendo los lugares que quisieran visitar.

De acuerdo con los análisis económico y financiero, este negocio es muy rentable alcanzando su máximo a partir del sexto mes de haber iniciado las operaciones en el negocio. No existen mayores riesgos en este aspecto, debido a que la forma de pago de los paquetes será mediante tarjetas de crédito y transferencias bancarias principalmente.

La inversión es de 12.540 dólares. Si se proyectan las ventas en el primer mes de 10.900 dólares (25 paquetes en total) con un incremento del 10% mensual, habremos recuperado la inversión al sexto mes, así lo demuestran los cálculos del VAN. Las utilidades netas dentro de los 5 primeros años será aproximadamente de 7.000 dólares (fuera del pago de dividendos anuales).

El único riesgo que se puede presentar está relacionado con la naturaleza, porque si se tiene planificado un viaje a un lugar que ha sido víctima de alguna catástrofe, se tendrá que suspender y hacer las devoluciones de dinero respectivas. Pero estos problemas no se dan frecuentemente en nuestro país y son canalizados a tiempo para evitar futuros problemas.

Si analizamos lo grande que es nuestro mercado, podemos tener una visión muy grande para el buen desarrollo de nuestras operaciones; de esta forma se fomentará el turismo en nuestro país y se creará más fuentes de empleo.

# INDICE GENERAL

<b>CAPITULO 1.....</b>	<b>1</b>
<b>1.1 ANÁLISIS DE MERCADO.....</b>	<b>1</b>
1.1.1 Análisis del Sector y de la Empresa.....	1
1.1.2 Servicio.....	9
1.1.3 Clientes.....	13
1.1.4 Competencia.....	16
1.1.5 Tamaño del Mercado.....	18
<b>1.2. PLAN DE MERCADEO.....</b>	<b>18</b>
1.2.1 Estrategia de Precio.....	18
1.2.2 Estrategia de Ventas.....	20
1.2.3 Estrategia promocional.....	24
1.2.4 Estrategias de Distribución.....	25
1.2.5 Políticas de Servicio.....	26
1.2.6 Tipo de Servicios a Clientes.....	28
1.2.7 Tácticas de ventas.....	28
<b>CAPÍTULO 2.....</b>	<b>30</b>
<b>2.1. ANÁLISIS TÉCNICO.....</b>	<b>30</b>
2.1.1 Análisis del Servicio.....	30
2.1.2 Equipos y maquinarias.....	32
2.1.3 Distribución de planta.....	33
<b>CAPITULO 3.....</b>	<b>35</b>
<b>3.1 GRUPO EMPRESARIAL.....</b>	<b>35</b>
<b>3.2 PERSONAL EJECUTIVO.....</b>	<b>37</b>
3.2.1 Personal Free Lance.....	38
<b>3.3 ORGANIZACIÓN.....</b>	<b>39</b>
3.3.1 Organigrama.....	39
<b>3.4 EMPLEADOS.....</b>	<b>39</b>
3.4.1 Selección.....	42
3.4.2 Desarrollo y programas de capacitación.....	43
3.4.3 Política de administración del personal.....	43
<b>CAPITULO 4.....</b>	<b>44</b>
<b>4.1 ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL.....</b>	<b>44</b>
4.1.1 Aspectos Legales.....	44
4.1.2 Aspectos de Legislación Urbana.....	46
4.1.3 Análisis Social.....	46



<b>CAPITULO 5.....</b>	<b>47</b>
<b>5.1 ANÁLISIS ECONÓMICO.....</b>	<b>47</b>
5.1.1 Inversión de Activos Fijos.....	47
5.1.2 Otras Inversiones.....	47
5.1.3 Inversión en Capital de Trabajo.....	48
5.1.4 Presupuesto de Ingresos.....	48
5.1.5 Presupuesto de Servicios e insumos.....	50
5.1.6 Presupuesto de Personal.....	52
5.1.7 Presupuesto de Otros Gastos.....	53
<b>5.2 ANÁLISIS DE COSTOS.....</b>	<b>53</b>
5.2.1 Costos Fijos mensuales.....	53
5.2.2 Costos Variable.....	54
<b>CAPITULO 6.....</b>	<b>55</b>
<b>6.1 ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES.....</b>	<b>55</b>
<b>CAPITULO 7.....</b>	<b>56</b>
<b>7.1 ANÁLISIS FINANCIERO.....</b>	<b>56</b>
7.1.1 Balance General.....	56
7.1.2 Estado de Resultados.....	57
7.1.3 Flujo de Caja.....	58
7.1.4 Cálculo de VAN y TIR.....	60
<b>CAPITULO 8.....</b>	<b>61</b>
<b>8.1 ANÁLISIS DE RIESGOS.....</b>	<b>61</b>

# CAPÍTULO 1

## 1.1 ANÁLISIS DE MERCADO

### 1.1.1 Análisis del Sector y de la Empresa.

Actualmente existe una estructura bien definida en el sector turístico a través de agencias de viajes, tours y paquetes viajeros, contando con el apoyo del Ministerio de Turismo y el gobierno Nacional.

En el Ecuador existen aproximadamente 1650 agencias de viajes (226 en Guayas), que promocionan sitios o ciudades ecuatorianas muy conocidas internacionalmente, como son las famosas islas galápagos, el valle de Vilcabamba en Loja, o la histórica ciudad de Quito. Además, cualquier época del año es buena para visitar y disfrutar del país. Su geografía hace que sea uno de los países más ricos en especies animales y vegetales del mundo, a lo que se suma su gran riqueza cultural.

Ecuador es un país con una vasta riqueza natural. La diversidad de sus cuatro regiones ha dado lugar a miles de especies de flora y fauna. Cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros. Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. No en vano el Ecuador está considerado como uno de los 17 países donde está concentrada la mayor biodiversidad del Planeta. La

mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Asimismo, posee una amplia gama de culturas.

La estratégica ubicación del Ecuador, ha hecho que muchos inversionistas y empresarios del siglo XXI se den cita en el país. Ecuador se encuentra geográficamente en la mitad del mundo, lo que facilita el intercambio comercial y cultural.

### **Por qué Invertir en el Turismo?**

El turismo en el Ecuador es el cuarto rubro económico más importante del país (cerca a ubicarse en tercer lugar por su crecimiento anual), sólo después del banano, el camarón y del petróleo aunque también esta en aumento las divisas que generan los emigrantes ubicándose entre los primeros seis puestos.

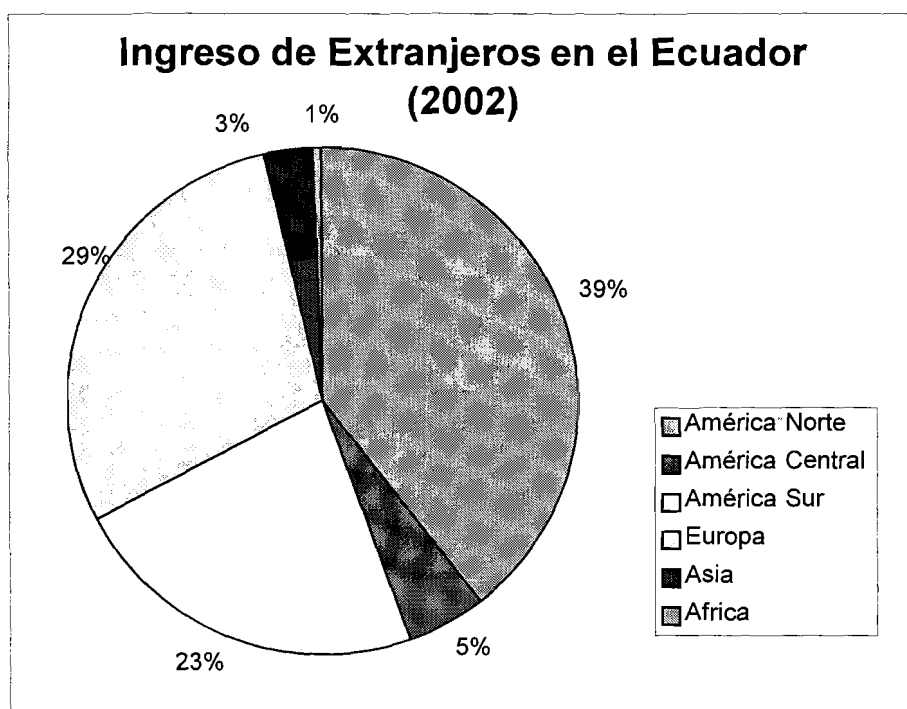
#### **Ingreso de Turistas al Ecuador (1999 - 2002)**

<b>Años</b>	<b>Totales</b>
<b>1999</b>	517.670
<b>2000</b>	627.090
<b>2001</b>	640.561
<b>2002</b>	653.993

El origen de estos ingresos es, mayoritariamente, estadounidense, seguidos de los colombianos y, en menor número, de peruanos y chilenos; los turistas europeos no superan los doscientos mil, en su mayoría

franceses, mientras que son poco más de veinte mil los procedentes de los países asiáticos y del Pacífico.

Continentes	Totales
América Norte	258.430
América Central	31.410
América Sur	150.400
Europa	190.780
Asia	19.080
Africa	3.893
<b>Total</b>	<b>653.993</b>



**Fuente: Subsecretaria de Turismo del Litoral**

En las sociedades modernas el turismo se ha transformado en un fenómeno de notable importancia. Aún en épocas de crisis y de recesión

económica como las actuales, el turismo mantiene una dinámica relevante en comparación con otros sectores de la economía. En el mundo actual el turismo se ha convertido en la industria civil más importante del mundo, representando anualmente una actividad de US\$ 3.5 billones, según el Consejo Mundial para los Viajes y el Turismo, y se estima que el volumen de la actividad turística se incrementará en un 70% para el año 2005.

### **La Estimación del Valor Monetario Agregado del Ecoturismo Ecuatoriano.**

El valor monetario generado por el turismo de naturaleza en 2001 fue de 183 millones de dólares, contribuyendo en un 62 por ciento en el total de ingresos registrados en la Cuenta Viajes de la Balanza de Servicios; en esa importante porción, destaca la aportación de Galápagos con un 42 por ciento.

#### **Aporte Turismo de Naturaleza (Ecoturismo)**

**(millones de dólares)**

	1997	1998	1999	2000	2001
Ingresos (cta. Viajes)	255 100%	281 100%	290 100%	291 100%	343 100%
Aporte Galápagos	107 42%	118 42%	122 42%	122 42%	144 42%

Aporte	34	42	59	57	74
Continente	13%	15%	20%	20%	22%

En la estimación del valor monetario agregado que produce el turismo de naturaleza se parte del nivel de gasto promedio de los turistas extranjeros:

**Ingresos por Gastos de Turistas Extranjeros**  
(en dólares)

Gasto Promedio Visitante Galápagos	2.422
Gasto Promedio Visitante Cuyabeno	1.050

**El Turismo de Naturaleza Constituye el Centro de la Industria Turística**

La evidencia que se presenta conduce hacia una conclusión: el turismo de naturaleza constituye el eje articulante de la industria turística ecuatoriana; Así por ejemplo, casi el 78 por ciento de los ingresos (o 94 millones de dólares) que produce la visita de turistas extranjeros a Galápagos se distribuyen entre los agentes económicos, domiciliados en el Continente. Igual reflexión puede inferirse para el resto de turistas extranjeros que visitan el resto de destinos de naturaleza en el Continente.

### Ingresos por Gastos de Turistas Extranjeros, 2001 (en dólares)

	En el Destino	Resto Ecuador	Total Ecuador	% Ingreso País
Galápagos	27.878.341	94.102.494	121.980.836	42%
Resto País			57.000.000	20%

### Algunas características socioeconómicas de turistas extranjeros

#### Solf-turismo (mochileros)

Variable	Mediana	Mínimo	Máximo
Edad	28	19	64
Ing. Familia	25.000	2.500	156.000

#### Hard-turismo (turistas lujo)

Variable	Mediana	Mínimo	Máximo
Edad	49	19	66
Ing. Familia	65.000	2.500	300.000

**Fuente:** Estimando el valor monetario del Turismo en R.f Cuyabeno, 2000

En los últimos años el turismo en el Ecuador, ha ido en aumento. Un estudio realizado muestra el enorme incremento que existirá en el turismo Ecuatoriano para el año 2050.

Año	1996		2050	
	extranjeros	ingresos	extranjeros	ingresos
playa	89.000	51	180.000	102
áreas naturales	197.000	112	500.000	285
cultura	128.000	73	250.000	150
negocios	78.000	45	230.000	140
<b>TOTAL</b>	493.000	281	1160.000	680

Estas estimaciones constituyen nuestro máximo potencial sustentable. En el cuadro anterior observamos que el futuro turístico del Ecuador se encuentra en el denominado turismo de áreas naturales.

Un turismo bien administrado permite obtener los siguientes beneficios:

- a) Captación de divisas.
- b) Generación de empleo.
- c) Redistribución del ingreso.

### **Tendencias que afectan al sector positiva y negativamente.**

En la actualidad los dirigentes gubernamentales se están preocupando cada día más en presentar sus ciudades más hermosas. Para atraer el turismo se están realizando mejoras urbanas y ecológicas como por ejemplo en las ciudades de Guayaquil y Loja. Estos aspectos son favorables para incrementar el turismo.

Un aspecto negativo e incontrolable, son los fenómenos naturales a los que está expuesto nuestro país por su condición geográfica. Ejemplos recientes, que han provocado una baja en el sector turístico, son las erupciones de los volcanes Pichincha, Tungurahua y Reventador.



Otro aspecto negativo, encontramos en los planes del gobierno ecuatoriano para construir un oleoducto de crudos pesados (OCP) desde el Amazonas hasta la costa de la provincia de Esmeraldas, que ha puesto en alerta a ecologistas y comunidades locales. La construcción de un oleoducto no solamente destruye el paisaje a lo largo del área de la tala en un ancho de unos 50 metros. Según las experiencias de los ecologistas ecuatorianos la biodiversidad se vería afectada en una franja de unos 10 km de ancho (5 km por cada lado del oleoducto). A ello habría que sumar los peligros por posibles derrames con efectos impredecibles, el ingreso de cazadores a través de la trocha abierta, la tala del bosque o incluso el riesgo de una catástrofe medioambiental en caso de un ataque terrorista al oleoducto, todo lo cual derivaría en la irremediable pérdida de la biodiversidad del área. Varios ríos importantes de la región, como el Cinto, el Mindo y el río Blanco estarían afectados.

Con este hecho se disminuiría el mayor atractivo que tiene el Ecuador para los turistas, su biodiversidad.

### **Barreras especiales de ingreso o salida de negocios en el sector.**

El sector turístico es muy amplio, y no existen barreras para su ingreso, solo se debe cumplir con algunas reglamentaciones de ley. Día a día son más las agencias de viaje que se suman y proporcionan el servicio de ventas de paquetes turísticos y promocionan así nuestro país; por este motivo no existen barreras de salida, ya que si en algún momento se

decide terminar el negocio, esta necesidad estará suplida por la competencia.

Esto también nos obliga a ser más competitivos y ofrecer mejor calidad y servicio, porque nuestra competencia es numerosa. Para lograr mayor competitividad ofrecemos facilidades y comodidades proporcionando a través de internet toda la información que necesita una persona que desee visitar el Ecuador, sin necesidad de llegar primero al país, y luego empezar la búsqueda de los lugares o agencias que le puedan guiar y dar información.

### **1.1.2 Servicio**

Se ofrece un servicio de venta de paquetes turísticos del Ecuador a través de internet; las negociaciones se realizarán por este medio.

En una página Web se ofrecerá información turística de Ecuador como lugares o ciudades, hoteles, restaurantes, etc. Existirán paquetes con destino a una o varias ciudades, donde se formarán actividades o tours que incluyan sitios, hoteles y restaurantes de diferentes categorías (3, 4 o 5 estrellas) de acuerdo a la elección del solicitante. Por ejemplo un paquete puede tener como destino Baños de Ambato y este planificado un recorrido por la ciudad, y lugares como el Pailón del Diablo, el Manto de la Novia, los refugios del Volcán Tungurahua y actividades como rafting. Además este paquete incluye alojamiento de categoría 3 estrellas, desayuno, almuerzo y

cena. Las variantes que pueden existir entre un paquete y otro será el tipo de hotel que desee, el número de días que quisiera permanecer, los lugares que desee conocer y las actividades que quiera realizar.

Estos paquetes estarán formados de acuerdo a las ciudades y sitios turísticos más solicitados por los extranjeros y nacionales, con itinerarios de recorridos. También se podrán formar paquetes de acuerdo a las necesidades de los solicitantes, presentándoles presupuestos a su elección, en donde la variedad estará en el tipo de hoteles que escojan o si están incluidas las comidas. Existirán paquetes para aventureros, paquetes de diferentes precios y paquetes con características para determinado sector en especial, como por ejemplo para personas de tercera edad, hombres de negocios, vacaciones familiares, investigadores o exploradores.

Además, un factor especial es la libre conformación de paquetes. Los futuros clientes podrán formar su paquete, escogiendo las ciudades y lugares que desearían conocer, o deportes que quisieran practicar en su visita a nuestro país. Se trabajará siempre con guías (a menos que el cliente no lo desee), para hacer de la estadía de los visitantes un verdadero disfrute de lo cultural y social, además de su naturaleza, contando en todo momento con seguridad. Con esto se evitaría que los turistas sean víctimas de estafas o asaltos durante su visita en el Ecuador.

En Ecuador existen en mayor proporción agencias de viajes con locales, donde los clientes se acercan a solicitar información, aunque cada vez se incrementa este negocio por medio de Internet. Cabe indicar que poquísimas compañías (aproximadamente 60) ofrecen la libertad de formar sus propios paquetes.

### Fortalezas y debilidades frente a competidores.

#### Fortalezas

- Libertad de formar paquetes turísticos de acuerdo a solicitudes.
- Ofrecer planes de viajes con características especiales dependiendo de las necesidades de los grupos de personas (tercera edad, aventureros), tours ecologistas, biodiversidad, actividades de riesgo.
- Presentar planes de viaje para diferentes edades y de variados precios.
- Precios variados dependiendo del tipo de hoteles y restaurantes que soliciten.
- Hacer que el turista no se sienta inseguro o amenazado por la delincuencia.
- Lograr que el cliente se sienta en un ambiente agradable.
- Ética y transparencia ante lo ofrecido en internet y la realización del viaje.
- Responsabilidad y puntualidad en los itinerarios y horarios.
- Vocación de Servicio, siempre dando lo mejor de uno con respecto al trato y servicio
- Compromiso con el desarrollo sostenible del país
- Conservación del ambiente y patrimonio cultural
- Mejoramiento continuo, en los pequeños problemas que surjan a medida que se lleven los viajes.
- Revalorización de la identidad ecuatoriana y de su diversidad cultural.
- Trabajo en equipo, guías y personal de la empresa.
- Creatividad e innovación en los paquetes ofrecidos, siempre actualizados con los cambios favorables que se presenten.

<b>Oportunidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Llegar a más personas del mundo a través del internet.</li> <li>➤ Incrementar el turismo en el Ecuador.</li> <li>➤ Generar más fuentes de empleo.</li> <li>➤ Ofrecer precios competitivos acorde al mercado realizando alianzas con los proveedores, disminuyendo de esta forma los precios.</li> </ul>
<b>Debilidades</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Ofrecer información únicamente a través de la red o por teléfono para los turistas extranjeros (no existen sucursales fuera del país).</li> <li>➤ Poca experiencia en viajes a lugares exóticos o sitios interesantes.</li> </ul>
<b>Amenazas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Poca confiabilidad por parte de futuros clientes que visiten la página, por ser una empresa nueva.</li> <li>➤ Miedo a realizar pedidos de paquetes on-line.</li> </ul>

Una forma de solucionar las debilidades y amenazas es que nuestra compañía cuente con el auspicio de empresas internacionalmente como cadenas de hoteles conocidas (Hilton Colon, Sheraton) y aerolíneas internacionales (LanChile, Iberia, Luftansa), para que el cliente confíe en nuestro servicio. Se podría establecer alianzas con estas cadenas de hoteles y aerolíneas, además del respaldo del Ministerio de Turismo del Ecuador que siempre está preocupado por mejorar el turismo en nuestro país.

Mientras más personas visiten nuestra página y compren nuestros servicios, menor será la necesidad de ofrecer información de forma personalizada en algún establecimiento, evitando por el momento la formación de sucursales del negocio para atraer a los futuros clientes.

Será un compromiso de nosotros, conocer en gran parte nuestro país y sus lugares más atractivos para el turismo. Esto nos hará formar paquetes de viaje interesantes a las personas que gustan de conocer sitios exóticos.

### **Productos o servicios de complemento.**

Se podrán ofrecer servicios y productos como complemento de los paquetes turísticos, como por ejemplo seguros de viaje y productos como carpas, mochilas, botas y otros artículos útiles para viajes.

### **Otros aspectos**

Es necesario indicar que tanto en los restaurantes como en los hoteles se aumenta al precio final el impuesto al valor agregado (IVA) que equivale al 12% del consumo y un impuesto del 10% por servicio, porcentajes que serán incluidos en los paquetes ofrecidos o solicitados.

### **1.1.3 Clientes**

Podemos encontrar clientes potenciales en diferentes edades, sexo, religión, sectores, educación, culturas, ubicación, de tal forma que los clasificaremos de la siguiente manera:

### Todas las edades y sexos.

<b>15 - 18</b>	Adolescentes o estudiantes que deseen pasar sus vacaciones en Ecuador.
<b>19 - 25</b>	Jóvenes aventureros que gustan de diferentes deportes de riesgo.
<b>26 - 35</b>	Adultos que desean relajarse y gozar de los diversos climas y paisajes.
<b>36 - 50</b>	Adultos que desean pasar sus vacaciones en nuestro país.
<b>50 en adelante</b>	Personas de tercera edad que se dedican a realizar viajes alrededor del mundo.

Los potenciales clientes en un 88% se encuentran en un nivel socio-económico mediano y alto. En resumen nuestros planes turísticos están dedicados a todas las personas de diferentes edades, nacionalidades y actividades como estudiantes, profesionales, empresarios, familias y jubilados de todo el mundo. El mercado es global y el éxito seguro.

Para que el cliente potencial conozca un poco de las riquezas que ofrece el Ecuador se mostrarán fotografías de paisajes, ciudades y lugares hermosos, que pueden interesarle y decidirse por conocerlos.

La política de pagos que manejaremos será mediante tarjetas de crédito, transferencias en cuenta bancaria o en efectivo cuando el cliente se encuentre en el país, esta última se concederá solo a las personas que ya hayan tomado un paquete anteriormente.

Un factor importante para la competencia es el precio de los paquetes. El precio será razonable, acorde al mercado y las exigencias del cliente. Al inicio se formarán paquetes atractivos en precio para ganar mayor clientela y dar a conocer la compañía, sin descuidar la calidad y el trato hospitalario que caracterizará nuestro servicio. A continuación se detalla un promedio de precios en el mercado de acuerdo al sector o región (No incluyen pasajes aéreos).

Región	Núm. Días	Núm. Pers	Detalle	Valor Dólares
<b>Costa</b>	4 días 3 noches	1	<b>Costas del Pacífico</b> (alojamiento, transporte, desayunos, almuerzos y cenas)	155
<b>Sierra</b>	3 días 2 noches	1	<b>Baños Ambato</b> (alojamiento, transporte Guayaquil-Ambato-Guayaquil, desayunos, almuerzos y cenas, visita a cascadas)	120
	3 días 2 noches	1	<b>Cuenca</b> (alojamiento, transporte Guayaquil-Cuenca-Guayaquil, desayunos, almuerzos y cenas)	115
<b>Oriente</b>	4 días 3 noches	2	<b>Oriente</b> (alojamiento, Hidromasaje, Teatro, atracciones Cayapas, Laguna y playa, desayunos, almuerzos y cenas, dos tratamientos SPA, 2 tours a Laguna Azul)	683
<b>Región Insular</b>	5 días 4 noches	1	<b>Galápagos</b> (alojamiento, traslado a Galápagos, desayunos,	610



			almuerzos y cenas, navegación y excursiones con guías)	
--	--	--	--	--

### 1.1.4 Competencia.

Muchas compañías de la competencia se rigen por paquetes ya establecidos y precios fijos. Por ejemplo Islazul Viajes Cia. Ltda ofrece los siguientes paquetes y precios en dólares:

#### Tour 7 días Quito - Baños - Puyo - Tena - Quito

# personas	2	3	4	5	6+
Precio por persona	685	575	510	455	395

#### Tour 2 semanas por las Costas del Pacífico.

# personas	2	3	4	5	6+
Precio por persona	1245	995	880	780	690

#### Tour 4 días al Volcán El Reventador

# personas	2	3	4	5	6+
Precio por persona	365	315	285	260	240

## Tour de 7 días a Esmeraldas

<b># personas</b>	2	3	4	5	6+
<b>Precio por persona</b>	635	520	445	390	345

Otras agencias de viajes internacionales como “Despegar”, ofrece también paquetes fijos con precios aproximados. Esto forma una limitación a las personas que desean combinar ciertas actividades o visitas, y puedan tener la libertad de escoger sus lugares de destino.

Además esta compañía, y muchas de ellas, no negocian en la web, sino que muestran sus teléfonos, e-mail o fax para que se comuniquen con ellos y así establecer la compra de algún paquete, esto puede limitar un poco a los clientes potenciales que deseen hacer la negociación por una vía más rápida. Por eso nuestro esquema de ventas será mayormente por medio de solicitudes y pedidos en un formulario de nuestra página web, para mayor facilidad de los clientes.

Como se explicó anteriormente nuestro producto esta dirigido a muchas personas de distinta nacionalidad, edad o sexo, por lo que será más fácil ofrecer nuestros servicios turísticos y lograr competir con empresas existentes o en formación.

Nosotros trabajamos 365 días al año para hacer de los viajes una confortable experiencia, recibiendo y confirmando las reservaciones en el

menor tiempo posible y atendiendo las preguntas y dudas de las personas inmediatamente.

### **1.1.5 Tamaño del Mercado**

El tamaño del mercado varía conforme a las épocas del año, en temporadas de vacaciones o festividades el mercado nacional o internacional aumenta, requiriendo de nuestro lado mayor esfuerzo por cumplir con todas las solicitudes, si tomamos en cuenta que en cada grupo que se forme existirá un guía. Por este motivo se trabajará con personal freelance en estas épocas de gran demanda.

Factores que pueden disminuir el número de pedidos de nuestro servicio, o una baja en el sector turístico, será en ocasiones que ocurra algún fenómeno natural como inundaciones, deslaves o erupciones. Aunque este último puede ser un arma de doble filo, porque muchos turistas viajan al Ecuador para contemplar estos movimientos volcánicos.

## **1.2. PLAN DE MERCADEO.**

### **1.2.1 Estrategia de Precio.**

Al inicio de las actividades nuestros precios serán un poco más bajos que los de la competencia, para tener una entrada favorable en el mercado;

pero luego gradualmente se irán incrementando conforme al sector y al servicio que se ofrece. La siguiente tabla es una comparación con los precios promedios de la competencia detallados anteriormente (no incluye pasajes aéreos), con mejoras de precio y detalle.

<b>Región</b>	<b># Días</b>	<b>Núm. Pers</b>	<b>Detalle</b>	<b>Valor Dólares</b>
<b>Costa</b>	4 días 3 noches	1	<b>Costas del Pacifico</b> (alojamiento, transporte, desayunos, almuerzos y cenas, recorrido en lanchas)	140
<b>Sierra</b>	3 días 2 noches  3 días 2 noches	1	<b>Baños Ambato</b> (alojamiento, transporte Guayaquil-Ambato-Guayaquil, desayunos, almuerzos y cenas, visita a cascadas, recorrido a refugio del Tungurahua) <b>Cuenca</b> (alojamiento, transporte Guayaquil-Cuenca-Guayaquil, desayunos, almuerzos y cenas, recorrido por lugares turísticos de la ciudad)	110
<b>Oriente</b>	4 días 3 noches	2	<b>Oriente</b> (alojamiento, Hidromasaje, atracciones Cayapas, Laguna y playa, desayunos, almuerzos y cenas, dos tratamientos SPA, 2 tours a Laguna Azul, recorrido en bote por los principales lagos)	620
<b>Región Insular</b>	4 días 3 noches	1	<b>Galápagos</b> (alojamiento, traslado a Galápagos, desayunos, almuerzos y cenas, navegación y excursiones con guías, buceo y recorrido a las principales islas)	590

Cabe indicar que este es un ejemplo de los paquetes que se formarán para la venta en internet, en donde los paquetes estarán clasificados por varios criterios como región (Costa Sierra, Oriente, Región Insular), Tipo de Turismo (aventurero, ecologista, cultural o descanso), categoría (económico, promedio, de lujo), número de personas y número de días. Con estas políticas de precios el margen de utilidad los primeros meses será mínima, pero a medida que aumenten las ventas y el tiempo esta utilidad crecerá.

Una forma de captar clientes y compensarlos por su confianza en nosotros, serán planes de sorteos y premios a los clientes frecuentes. Premios como viajes gratis, o accesorios como camisetas, gorras, carpas, mochilas.

Las políticas de cartera se fijarán en un porcentaje de 80% a crédito (si el pago es mediante alguna tarjeta de crédito internacional) y el porcentaje restante en pagos en efectivo o por transferencia electrónica. Solo se aceptarán pagos en efectivo a clientes conocidos, el pago se realizará antes del recorrido turístico, es decir inmediatamente llegue al país.

## **1.2.2 Estrategia de Ventas**

### **Clientes.**

Los clientes que tendremos serán de varios tipos: clientes nacionales de los cuales se espera que el porcentaje sea pequeño en un 18% y no

representaran un gran volumen de ventas, clientes internacionales del primer mundo 82%, que a su vez se dividen en 2 grupos con diferentes intereses: los jóvenes, para quienes se promocionará turismo de aventura, y los mayores de edad a quienes se les presentará opciones de lugares turísticos para disfrutar, descansar y conocer. Además se espera que el mayor porcentaje de ingresos por ventas lo generen los del segundo grupo (mayores de edad), sin olvidar los turistas internacionales jóvenes en busca de aventura, por lo que los esfuerzos de venta se concentrarán en este grupo.

### **Identificación de clientes potenciales.**

Cientes Nacionales.- de áreas urbanas (0.5%), clase media (15%) y alta (30%) con actitud positiva hacia nuestro país y lo que ofrece.

Cientes Internacionales- Jóvenes.- De países del primer mundo, clase media y acomodada con predisposición a la aventura (29.5%).

Cientes Internacionales- Mayores.- De países del primer mundo, clase media y acomodada, con deseo de conocer sitios turísticos culturales y de descanso (55%)

## **Forma de llegar a los clientes**

La idea principal es que el contacto con el cliente sea personalizado, desde su llegada al país recibéndolos en el aeropuerto hasta su regreso; nuestro personal estará siempre en contacto para que la estadía de los turistas sea confortable. Este excelente servicio será motivo de reconocimiento que hará que los clientes queden satisfechos con su viaje y puedan recomendar nuestros servicios a otras personas. Además también usaremos publicidad en revistas conocidas como Vistazo, Hogar y otras, así como envío de correos electrónicos promocionando nuestros paquetes e incluso en lo posterior correo ordinario.

## **Características a enfatizar.**

Atención personalizada.- En ningún momento los turistas se sentirán solos, siempre podrán contar con la ayuda de los guías turísticos y del personal de servicio al cliente, que estarán en todo momento dispuestos a atender cualquier inquietud o reclamo.

Calidad.- La calidad esta garantizada por que trabajamos con socios comerciales de amplia experiencia y prestigio.

## **Conceptos para motivar a la venta**

Experiencias de clientes.- Clientes que tuvieron una agradable experiencia en sus visitas a nuestro país, y quisieran regresar nuevamente y conocer más del Ecuador

## **Cubrimiento geográfico inicial**

Nacional: Guayaquil, Quito

Internacional: Estados Unidos, Canadá, Francia, Inglaterra

## **Plan de ampliación geográfica**

Nacional: Principales ciudades del Ecuador (Cuenca, Ambato, Machala, Loja, Manta, etc.)

Internacional: Todos los países de Europa, Japón, Korea, China

## **Especiales**

Adicionalmente se tendrá un paquete económico, para grupos medianos y de corta duración, que consistirá en recorrer algunas partes del país por tren y hospedaje en lugares exóticos como la amazonía o carpas en alguna montaña. Una a bajo costo y mucha aventura.



### 1.2.3 Estrategia promocional

#### Medios

Revistas turísticas y/o de interés de nuestro grupo objetivo.- Contratando espacios publicitarios en revistas internacionales relacionadas a la aventura y turismo como National Geographic o en general revistas dirigidas a nuestro grupo objetivo como se menciona anteriormente Vistazo, Hogar, Generación XXI.

Correo Electrónico.- Promocionando nuestra página web, enviando mails masivos de acuerdo a un determinado sector, de esta forma se dará a conocer más nuestro servicio.

Publicidad en Páginas Web.- Mediante banners en páginas conocidas de nuestro país, nacionales e internacionales, que mediante links accederán a nuestra página web como: [www.interactive.net.ec](http://www.interactive.net.ec), [www.bacan.com.ec](http://www.bacan.com.ec), [www.latinmail.com](http://www.latinmail.com).

Publicidad Directa en sitios frecuentados por el grupo objetivo.- Se entregarán volantes promocionando la página web y paquetes turísticos atractivos para los diferentes grupos estudiados (jóvenes, adultos). Se distribuirán en Universidades, lugares de reuniones, restaurantes, cines, etc.

## Ideas básicas de promoción.

Todos los paquetes tendrán un objetivo para los grupos específicos, por ejemplo para jóvenes tendremos planes de aventura, para adultos planes intercambio cultural, descanso y recreación y para parejas planes de luna de miel.

### 1.2.4 Estrategias de Distribución

#### Canales

Tenemos los proveedores de servicios con los cuales nos relacionamos, para ellos nosotros somos parte del canal de distribución de sus servicios: hoteles, líneas aéreas, compañías que ofrecen tours, etc.

Categorías	Proveedores
<b>Hoteles</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Hilton Colon</li> <li>➤ Sheraton</li> <li>➤ Oro Verde</li> <li>➤ Palace</li> <li>➤ Ramada</li> <li>➤ Sol de Oriente</li> <li>➤ Guayaquil</li> <li>➤ Barceló Colon Miramar</li> <li>➤ Punta Carnero</li> <li>➤ Hacienda Cusin</li> <li>➤ Barnard</li> <li>➤ Akros</li> <li>➤ Alameda Plaza</li> <li>➤ Hostería Jatuncocha</li> <li>➤ La Pradera</li> <li>➤ Luna Runtun</li> </ul>
<b>Líneas Aéreas</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ American Airline</li> <li>➤ Iberia</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Luftansa</li> <li>➤ LanChile</li> <li>➤ Avianca</li> </ul>
<b>Restaurantes</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ La Canoa</li> <li>➤ El Paseo</li> <li>➤ Porto Fino</li> <li>➤ Café Colon</li> <li>➤ El Doral</li> <li>➤ Vereda Tropical</li> </ul>
<b>Compañías de Tours</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ El Refugio</li> <li>➤ Shanghai Tours</li> <li>➤ Amazonía Tours</li> </ul>

## **Transporte**

Se trabajará con compañías de transporte para los traslados nacionales, y con aerolíneas para los traslados desde las principales ciudades Quito, Guayaquil, Cuenca. El costo del transporte estará determinado por el número de personas que viajan y el lugar de destino

### **1.2.5 Políticas de Servicio**

#### **Términos de las garantías**

El cliente debe aceptar antes de hacer uso de nuestro servicio las políticas o términos de este, por ejemplo políticas de seguridad personal como no separarse del grupo en algún recorrido. En estas especificaciones se tendrán en cuenta la responsabilidad del cliente en el uso del servicio, los riesgos asociados, las responsabilidades de la empresa, los alcances de

esta en casos de accidentes, emergencias, pérdidas, etc. así como el compromiso del cliente de aceptar sus responsabilidades. El siguiente documento es un borrador donde se especifica algunos de estos términos.

## Términos de Garantía

### Compañía

- No se responsabiliza por pérdidas de artículos personales o dinero por parte del cliente, en los recorridos o tours.
- En caso de accidentes por causa del personal de la compañía (accidente de transporte), el gasto de servicios médicos estará a cargo de la misma.
- La compañía se responsabiliza de las confirmaciones de vuelos y el traslado de los clientes al aeropuerto.
- Dar de antemano toda la información de horarios y recorridos a los clientes.
- Los turistas estarán siempre acompañados de un guía de la compañía.

### Cliente

- Deberá aceptar el itinerario de recorrido ya establecido, no puede hacer cambios en los recorridos y horarios.
- Será responsable de estar a tiempo para el traslado a los lugares de destino. En caso de no estar a la hora establecida, no podrá acompañar al grupo en la hora acordada. Deberá esperar un próximo transporte.
- No separarse del grupo de viajeros y guía en algún recorrido.

## 1.2.6 Tipo de Servicios a Clientes

**Paquetes de Aventura:** Son paquetes con características especiales de aventura con actividades como traking, rafting, remo, cabalgata o jumping.

**Paquetes de descanso y distracción:** Estos paquetes tendrán especialmente lugares con hermosos paisajes y de clima agradable.

**Paquetes económicos:** Los paquetes económicos tendrán la misma calidad de servicio personalizado, la diferencia será en las categorías de los hoteles, los días de estadía en el país y las comidas diarias que incluya el paquete.

### Políticas de Cobro de Servicios

Con tarjeta de crédito, transferencias bancarias o en efectivo. No ofreceremos crédito directo

## 1.2.7 Tácticas de ventas

El mecanismo de venta será a través de la página web o contacto directo con nuestros agentes de ventas, tendremos socios comerciales como por ejemplo en Hoteles: Hilton Colon, Hotel Ramada, Guayaquil, Sol de Oriente; en restaurantes: Café Colón, Porto Fino, La Canoa. Estos socios

no actuarán como vendedores solo promocionaran nuestra página web y nuestro servicio para que los clientes se pongan en contacto con nosotros en internet o en las oficinas.

# CAPÍTULO 2

## 2.1. ANÁLISIS TÉCNICO

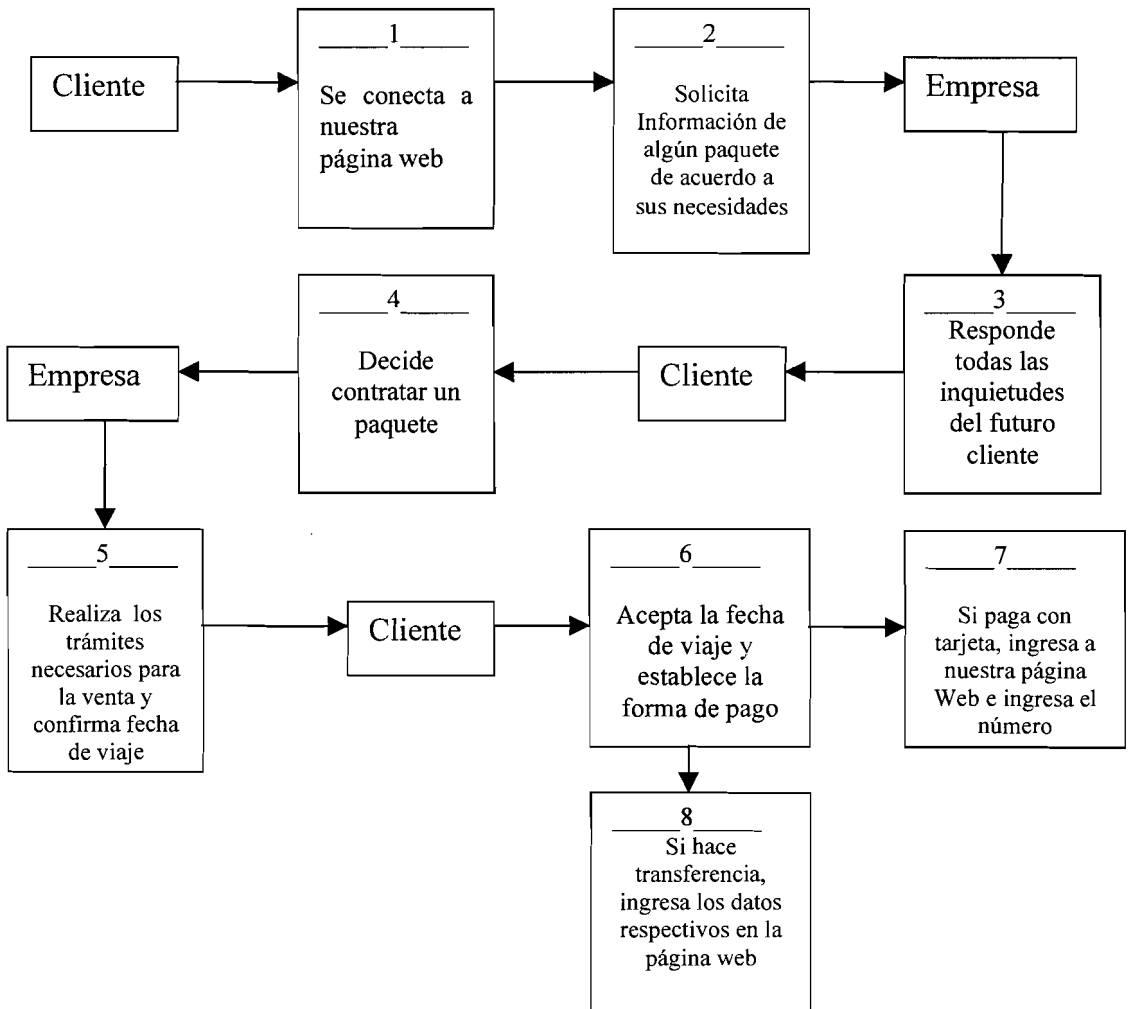
### 2.1.1 Análisis del Servicio.

Esta idea de negocio cuenta con la participación de socios capitalistas, que aportarán con recursos y/o dinero para la formación del mismo. No será necesario buscar más inversionistas, porque el servicio que se ofrece no requiere de una estructura muy costosa, además este servicio se comercializa por medio de la web, y no necesita mayor inversión en activos fijos.

El servicio que se ofrece son paquetes turísticos de diferentes lugares o ciudades, que se ofrecerán a personas nacionales y extranjeras.

Para la conformación de los paquetes, será necesario investigar los lugares más atractivos para los diferentes tipos de personas y de diferentes edades. Para esto se realizarán encuestas en universidades, empresas, agencias de viajes, y turistas que visitan actualmente el país.

A continuación se muestra un diagrama básico de flujo, de la forma como se negociará con el cliente a través de la web.



Las condiciones necesarias para iniciar operaciones, serán básicamente una oficina adecuada, recursos humanos y equipos de computación, además de un enlace de internet.

Nuestra oficina estará ubicada en uno de los sectores más comerciales de la ciudad, el Edificio World Trade Center que se encuentra en la avenida Francisco de Orellana. El alquiler de la oficina incluye todos los servicios necesarios para poder laborar (agua, luz, teléfono y aire acondicionado). Debido a la ubicación de la oficina tendremos todas las facilidades como



vías de acceso y parqueos para los clientes, otro punto importante es que nos encontramos ubicados a 5 minutos del aeropuerto esto nos da la facilidad de esperar a los clientes a su arribo y llevarlos directamente al hotel que hayan escogido.

## **2.1.2 Equipos y maquinarias**

### **Equipos y personal**

Para el desarrollo del negocio se necesitarán los siguientes equipos:

- 6 computadoras, Pentium IV. 256 mb RAM. 40 GB disco
- Una red LAN. Hub. 8 puntos de red. 100 Mbs

Además de contratar un servicio de enlace para la conexión a internet.

La empresa tendrá 2 personas encargadas de atención al cliente por teléfono, vía e-mail, o personal, cada una dispondrá de un computador con conexión a internet para responder los mails, hacer confirmaciones de vuelos y obtener información que necesiten para dar un mejor servicio. También, una persona se encargará de la relación con los proveedores y contratos con ellos, y otra con los contratos de los clientes, ventas y comercialización. Además del Gerente General y una persona encargada de las finanzas. Cada uno dispondrá de un equipo, lo cual suma 6 en total.

## **Políticas de mantenimiento, repuestos**

Los equipos que se adquieran se comprarán con garantía mínima de un año, se negociará de tal manera que la empresa proveedora de los equipos se encargue del mantenimiento de los mismos y de proveer repuestos en el caso de que sea necesario. Si esto no es posible se hará un contrato con una empresa que brinde servicios de mantenimiento de equipos.

### **2.1.3 Distribución de planta**

#### **Departamentos y zonas básicas**

Gerencia General.- El Gerente General supervisará todas las operaciones del negocio y contará con una oficina privada.

Ventas y Atención al cliente.- El Gerente de Venta estará encargado de los contratos y comercialización del servicio, tendrá dos personas a su cargo que estarán en atención al cliente. El Gerente de Ventas tendrá un cubículo en un área cerrada compartida que también incluirá un espacio para reuniones. Los escritorios del personal de servicio al cliente estarán en la recepción de la oficina, donde puedan atender a los clientes que puedan llegar.

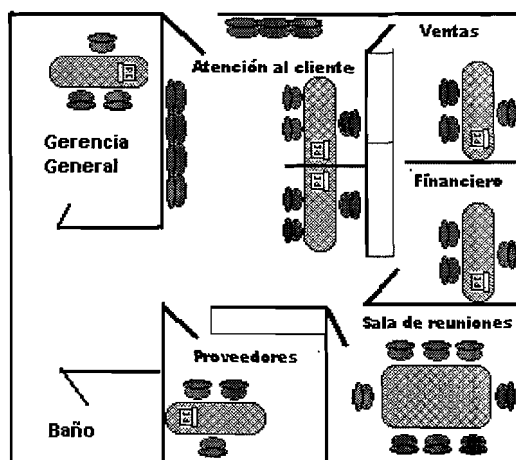
Proveedores.-Una persona encargada de este departamento, tendrá un cubículo en un área cerrada compartida que también incluirá un espacio para reuniones

Financiero.- El encargado tendrá un cubículo en un área cerrada compartida que también incluirá un espacio para reuniones.

## Equipos por departamentos

En el área de atención al cliente habrán 2 computadores uno para cada empleado. Igualmente en las áreas de Ventas, Proveedores y Financiera y Gerencia General habrá un equipo para los encargados.

### Plano



# CAPITULO 3

## 3.1 GRUPO EMPRESARIAL

Nuestro grupo empresarial estará conformado por 3 socios capitalistas, ellos no necesariamente estarán en cargos administrativos, aportarán con recursos y/o dinero para la formación de este negocio.

A continuación se detalle el nivel de participación de cada socio:

Socio1	40%
Socio2	30%
Socio3	30%

Los tres socios capitalistas cuentan con estudios superiores en informática, por lo que al iniciar el negocio no será necesario contratar este tipo de servicio, los socios mismos podrán hacer las instalaciones de computadoras, formación de una red, creación de la página web, o mantenimiento de la misma.

La Gerencia General estará a cargo de uno de los socios, aunque las decisiones importantes serán tomadas por los tres. Es posible que los otros socios quisieran aportar con sus conocimientos, esto dependerá del

grado de conocimiento que tengan en la labor que quisieran desarrollar dentro de la empresa.

Como se mencionó anteriormente, las decisiones las tomarán en mutuo acuerdo los socios de la empresa, formando de esta forma una junta directiva, donde existirá un presidente que lidere la misma.

### **Condiciones salariales y distribución de utilidades.**

Las políticas salariales estarán conformadas de acuerdo a la ley, es decir el personal que se contrate fijo para la empresa, tendrá un sueldo establecido de acuerdo al cargo y al mercado actual, además de los beneficios de ley y afiliaciones al seguro.

Al inicio de una contratación, todo aspirante pasará por un período de prueba de tres meses, donde no estarán sujetos a contrato alguno y no gozarán de los beneficios de ley, es decir tendrán que facturar como profesionales que ofrecen servicios prestados a una institución.

De igual forma, el personal que se contrate como Freelance, tendrán que facturar para la cancelación de sus servicios. El pago se realizará por cada viaje realizado.

Los socios recibirán sueldos y beneficios, en el caso de que trabajen formalmente en la empresa, de lo contrario serán partícipes únicamente de las utilidades, que estarán dadas por paquetes vendidos y viajes efectuados al mes. La distribución será de acuerdo al porcentaje de capital que ofrecieron cada uno de ellos. Es posible que se establezca como política no recibir utilidades los seis primeros meses de labor de la empresa, con el fin de utilizar ese dinero para equipar mejor la empresa o cubrir algún préstamo que se haya hecho para la conformación de la misma; esto dependerá de lo rentable y la acogida que pueda tener el negocio en sus primeros meses.

### **3.2 PERSONAL EJECUTIVO.**

A continuación se presenta como estará conformado el personal administrativo de la empresa:

**Gerente General:** El socio1 estará encargado de este puesto, será el responsable de controlar todas las operaciones del negocio y realizará las contrataciones del personal.

**Gerente de Ventas:** El socio2 estará a cargo de este puesto, se encargará de los contratos con los clientes, ventas y comercialización. También dirigirá a las 2 personas de servicio al cliente.

**Gerente Operativo:** El socio3 estará a cargo de este puesto, se encargará de la relación con los proveedores y contratos con ellos. También será la persona que armará los paquetes turísticos.

**Servicio al cliente:** se buscarán 2 personas para este cargo, deberán tener experiencia laboral no menor a 1 año en puestos similares, e instrucción superior en turismo Estas personas trabajarán con un sueldo fijo básico mas comisiones por ventas. También serán los responsables de ofrecer al cliente un trato personalizado, desde su llegada dándoles la bienvenida en el aeropuerto, llevarlos al hotel, y estar siempre preocupados por el bienestar de ellos.

### **3.2.1 Personal Free Lance**

Nuestra empresa contará con 3 personas con servicios prestados, ellos solo trabajarán por horas, y sus sueldos dependerán de las horas que trabajen o viajes que realicen. A continuación se presentan estos cargos:

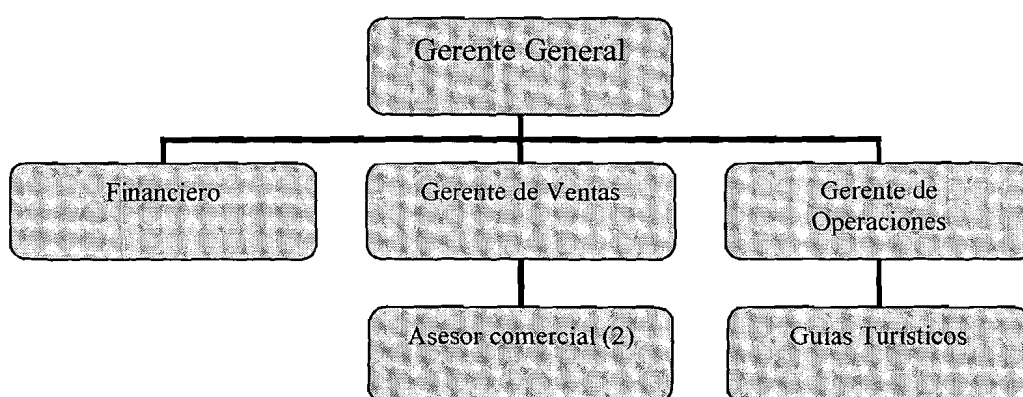
1 CPA el que será el encargado de las finanzas de nuestra empresa, esta persona deberá contar con 2 años de experiencia.

2 guías, serán personas con estudios en turismo y bilingües, mayores de 24 años y con experiencia mínima de 1 año para este cargo.

Con respecto al número de guías, tendremos 2 con los que siempre trabajaremos, pero si hay demasiados paquetes podremos contratar otros.

## 3.3 ORGANIZACIÓN

### 3.3.1 Organigrama



Líneas de autoridad.- Las direcciones Financiera, de comercialización y de operaciones estarán a cargo del Gerente General, la gerencia de comercialización tendrá a cargo a dos personas para el área de atención al cliente. Los guías estarán a cargo del gerente de operaciones.

## 3.4 EMPLEADOS

### Gerente General

Formación: Título universitario de Hotelería y Turismo.

---



Experiencia: Mínimo 6 años en cargos similares. De preferencia relacionados al área turística.

Edad: de 35 a 45 años

Características personales:

Capacidad para trabajar bajo presión

Dinámico

Proactivo

Honesto

### **Director Financiero**

Formación: Contador Público Autorizado.

Experiencia: mínima de dos años en cargos similares

Edad: de 28 a 40 años

Características personales:

Capacidad para trabajar en equipo

Proactivo

Honesto

### **Gerente de Ventas y Comercialización**

Formación: Licenciado en Turismo, Ingeniero Comercial, Economista o similares

Experiencia: mínima de dos años en cargos similares

Edad: de 28 a 40 años

Características personales:

Capacidad para trabajar bajo presión

Capacidad para trabajar en equipo

Don de gente

Proactivo

Honesto

### **Gerente de Operaciones**

Formación: Mínimo un nivel de licenciatura en áreas relacionadas al turismo, aunque es aceptable que tenga formación en otras áreas siempre y cuando tenga amplia experiencia en el sector turístico.

Experiencia: mínima de dos años en cargos similares

Edad: de 25 a 40 años

Características personales:

Capacidad para trabajar bajo presión

Capacidad para trabajar en equipo

Proactivo

Honesto

### **Servicios al Cliente (2)**

Formación: Estudios mínimos de 3 años relacionados al área comercial, se dará preferencia a quienes también tengan formación en el área turística, pero no es indispensable

Experiencia: mínima de dos años en cargos similares

Edad: de 24 a 30 años

Características personales:

Capacidad para trabajar bajo presión

Capacidad para trabajar en equipo

Don de gente

Proactivo

Honesto

## **Guías Turísticos (2)**

Formación: Mínimo un nivel de licenciatura en áreas relacionadas al turismo. Experiencia: mínima de un año en cargos similares

Idiomas: Español e Inglés fluido

Edad: de 23 a 38 años

Características personales:

Extrovertido, Sociable

Capacidad para trabajar en equipo

Proactivo

Honesto

### **3.4.1 Selección**

Se hará una evaluación de los candidatos para cada área con criterios definidos según el cargo, se realizarán tests psicológicos, entrevistas, pruebas, etc., que estarán a cargo de una empresa especializada en selección de personal .

### **3.4.2 Desarrollo y programas de capacitación**

Se capacitará a los Asesores comerciales en los paquetes turísticos que ofrecemos, esta capacitación será constante, puesto que los paquetes pueden variar.

### **3.4.3 Política de administración del personal: tipo de contrato, política salarial**

El contrato, con el Gerente General y las otras gerencias será por un año y de acuerdo a las leyes laborales vigentes. El contrato con los asesores comerciales será inicialmente por tres meses y luego un nuevo contrato por un año, se realizaran los contratos de acuerdo a las leyes laborales vigentes.

# CAPITULO 4

## 4.1 ANÁLISIS LEGAL Y SOCIAL

### 4.1.1 Aspectos Legales

La sociedad conformará una compañía, con su RUC respectivo y afiliación a la Superintendencia de Compañías. Se están realizando todos los trámites legales para su conformación, obteniendo los permisos necesarios de la Municipalidad, del Ministerio de Salud y el Cuerpo de Bomberos. Además de realizar el trámite para obtener permiso del Servicio de Rentas Internas para el cobro de iva en todos nuestros servicios.

Se cumplirá también con los requisitos de a Subsecretaria de Turismo del Litoral, que exige ser persona jurídica para otorgar el permiso de agencia de viajes. Los requisitos son los siguientes:

1. Fotocopia certificada de las Escrituras de Constitución, aumento de capital o reforma de estatutos si los hubiere.
2. Nombramiento del Representante Legal debidamente inscrito en la Oficina de Registro Mercantil.
3. Fotocopia de la cédula de identidad o ciudadanía del Representante Legal.
4. Fotocopia del Registro Único de Contribuyente (RUC).

5. Certificado de Afiliación a la Cámara Provincial de Turismo del Guayas.
6. Fotocopia del contrato de compra-veta del negocio, tratándose de cambio de propietario, con la autorización de la razón social.
7. Fotocopia del Título de propiedad o contrato de Arrendamiento (Registrado) del local donde funcionará.
8. Certificado de Propiedad Industrial (IEPI), de no encontrarse registrado el de la razón social.
9. Detalle del activo fijo de la empresa, que deberá ser mínimo:
  - Mayorista        \$ 4.000
  - Operadora        \$ 8.000
  - Internacional    \$ 6.000
10. Lista de los empleados con su respectivo currículum.
11. Las dimensiones del local deberán ser mínimo de 30 m<sup>2</sup>
12. El Representante Legal o Gerente debe presentar certificados de trabajos notariados que garanticen su experiencia de 6 años mínimo, y/o título universitario de Hotelería y Turismo notariados

En el aspecto laboral, se obtendrá permisos en el Ministerio de Trabajo y se tramitará en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social las afiliaciones en este organismo.

### **4.1.2 Aspectos de Legislación Urbana.**

En este aspecto, nuestro negocio esta libre de cualquier reglamentación urbana, régimen de importación o exportación. A sí mismo con respecto al análisis ambiental; porque el servicio que ofrecemos no atenta contra el medio ambiente o es un riesgo para la comunidad o para los trabajadores.

### **4.1.3 Análisis Social.**

Nuestra empresa tendrá un aspecto muy positivo en el Turismo Ecuatoriano, dará oportunidad para que más personas conozcan sus riquezas y posiblemente deseen invertir en nuestro País. El turismo no solo estará conformado por personas extranjeras, sino también de ecuatorianos mismos.

# CAPITULO 5

## 5.1 ANÁLISIS ECONÓMICO

### 5.1.1 Inversión de Activos Fijos.

Activos Fijos	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Equipos de Computación	6	750	4.500
Hub (Conexión para red)	1	40	40
Licencias de Windows 98	5	60	300
Licencias de Office 2000	5	70	350
Muebles de Oficina	5	150	750
Sillas	20	40	800
Fax	1	150	150
Teléfonos	5	70	350
<b>Total</b>			<b>7.240</b>

### 5.1.2 Otras Inversiones.

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Alquiler de Local	1	800	800
Honorarios Profesionales:			
Gerente General	1	600	600
Gerente de Ventas	1	400	400
Gerente Operativo	1	400	400
Servicio al Cliente	2	200	400
Contador	1	250	250
Guías Turísticos	2	250	500
Adecuación del Local (divisiones, iluminación, central)		600	600



telefónica)			
Publicidad		2.000	2.000
Documentación y trámites legales.		300	300
Servicios Básicos (agua, energía eléctrica, teléfono)		100	100
Alquiler de Vehículo		120	120
Enlace dedicado para internet.		500	500
<b>Total</b>			<b>6.970</b>

### 5.1.3 Inversión en Capital de Trabajo.

No se determinarán días de inventario, por ser un servicio y no un producto que se pueda contabilizar. De igual forma no existirán políticas de cartera a clientes porque las formas de pago no admiten créditos directos, únicamente por medio de tarjetas.

Los proveedores con los cuales trabajaremos nos otorgarán políticas de crédito de hasta 60 días, cobrándonos un interés del 5% anual.

### 5.1.4 Presupuesto de Ingresos.

A continuación presentamos un cuadro con el presupuesto promedio de ingresos mensuales de acuerdo al tipo de paquete vendido, el promedio se calcula de acuerdo a los paquetes que incluyen las ciudades más visitadas y un total de 4 días por tour.

<b>Tipo de Paquete</b>	<b>Cantidad Vendida</b>	<b>Valor Unitario</b>	<b>Valor Total</b>
Económico (viaje con guía, transporte)	10	250	2.500
Semi - Completo (desayuno y cena, hospedaje, viaje con guía, transporte)	7	520	3.640
Completo (desayuno, almuerzo y cena, hospedaje, viaje con guía, transporte)	4	620	2.480
Completo Especial (pasajes de avión, comidas, hospedaje en hotel 4 estrellas, viaje con guía)	2	1.960	3.920
Presidencial (pasajes de avión, comidas, hospedaje en hotel 5 estrellas, viaje con guía)	2	2.500	5.000
<b>Total</b>			<b>17.540</b>

Este promedio de Ventas se tendrá entre el mes quinto y sexto de haber iniciado operaciones. Las ventas empezaran con \$10.900,00 en el primer mes y tendrá un factor de crecimiento mensual de ventas (hasta el sexto mes) del 10%. A partir del séptimo mes el factor de crecimiento anual de ventas será 12%. Estos porcentajes son un promedio de los que manejan las empresas de este tipo de negocios. En la siguiente tabla se presenta el presupuesto mensual y anual de las ventas.

## Ventas Mensuales

Meses	Total
Mes 1	\$10.900,00
Mes 2	\$11.990,00
Mes 3	\$13.189,00
Mes 4	\$14.507,90
Mes 5	\$15.958,69
Mes 6	\$17.554,56
Mes 7	\$17.730,10
Mes 8	\$17.907,41
Mes 9	\$18.086,48
Mes 10	\$18.267,34
Mes 11	\$18.450,02
Mes 12	\$18.634,52

## Ventas Anuales

Años	Total
Año 1	\$ 193.176,02
Año 2	\$ 216.357,14
Año 3	\$ 242.320,00
Año 4	\$ 271.398,40
Año 5	\$ 303.966,21

### 5.1.5 Presupuesto de Servicios e insumos.

Los servicios que se pagarán mensualmente serán los servicios básicos (agua, luz y teléfono) y el enlace dedicado para internet, con un total de 600 dólares.

### Servicios e insumos

Servicios	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Alquiler de Local	9.600,00	9.600,00	9.600,00	10.752,00	12.042,24
Enlace dedicado	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.720,00	7.526,40
Gastos Generales	1.200,00	1.344,00	1.505,28	1.685,91	1.888,2
Alquiler Vehículo	1.465,62	1.641,50	1.838,48	2.059,10	2.306,19
Hosting	96,00	96,00	96,00	107,52	120,42

Otros servicios que se deberán pagar de acuerdo a los paquetes vendidos que incluyen alojamiento, comidas y pasajes en avión, serán los hoteles, restaurantes y pasajes de avión. En el siguiente cuadro se detalla el presupuesto por estos servicios, en base a la cantidad de ventas que se indica en el cuadro anterior, con un promedio de cuatro días.

Tipo de Paquete	Cantidad Vendida	Transporte (4 días)	Hotel (4 días)	Restaurante (4 días)	Valor Total
Económico (viaje con guía, transporte)	10	40			400
Semi - Completo (desayuno y cena, hospedaje, viaje con guía, transporte)	7	40	120	23	1.281
Completo (desayuno, almuerzo y cena, hospedaje, viaje con guía, transporte)	4	160	220	35	1.660
Completo Especial (pasajes de avión, comidas, hospedaje en hotel 4 estrellas, viaje con guía)	2	380	680	65	2.250
Presidencial (pasajes de avión, comidas, hospedaje en hotel 5 estrellas, viaje con guía)	2	460	1100	78	3.276
<b>Total</b>					<b>8.867</b>

En el siguiente cuadro se presentan los valores por pago a proveedores, de acuerdo a las ventas presupuestadas (con incremento del 10% hasta el sexto mes y 12% anual). El valor de pago a proveedores se distribuiría de la siguiente manera:

### Pago a Proveedores

Años	Total
Año 1	\$ 97.385,53
Año 2	\$ 109.071,79
Año 3	\$ 122.160,40
Año 4	\$ 136.819,65
Año 5	\$ 153.238,01

#### 5.1.6 Presupuesto de Personal.

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Honorarios Profesionales:			
Gerente General	1	600	600
Gerente de Ventas	1	400	400
Gerente Operativo	1	400	400
Servicio al Cliente	2	200	400
Contador	1	250	250
Guías Turísticos	2	250	500
Promedio Comisiones		1200	1.200
<b>Total</b>			<b>3.750</b>

Los gerentes y el personal de servicios al cliente a parte de su sueldo mensual, recibirán comisiones por ventas, el total de estas comisiones están promediadas en el cuadro anterior.

## Personal y Comisiones

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	30.600,00	34.272,00	38.384,64	42.990,80	48.149,69
Comisiones	11.556,53	12.943,31	14.496,51	16.236,09	18.184,42

### 5.1.7 Presupuesto de Otros Gastos.

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Publicidad	24.000,00	26.880,00	30.105,60	33.718,27	37.764,46
Aporte al IESS	3.366,00	3.769,92	4.222,31	4.728,98	5.296,46

El presupuesto mensual de cada uno de estos gastos está detallado en el flujo de caja del capítulo 7, donde el incremento mensual o anual de algunos rubros depende del crecimiento en las ventas o por el costo de vida anual.

## 5.2 ANÁLISIS DE COSTOS

### 5.2.1 Costos Fijos mensuales

Concepto	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
Alquiler de Local	1	800	800
Honorarios			
Profesionales:	1	600	600
Gerente General	1	400	400
Gerente de Ventas	1	400	400
Gerente Operativo	2	200	400
Servicio al Cliente	1	250	250
Contador	2	250	500

Guías Turísticos			
Servicios Básicos (agua, energía eléctrica, teléfono)		100	100
Enlace dedicado para internet.		500	500
<b>Total</b>			<b>3.350</b>

### 5.2.2 Costos Variable.

Los costos variables estarán dados en el contrato que se haga con los guías turísticos que trabajaran como Freelance, esto dependerá de las temporadas altas de venta de servicios de paquetes turísticos. Un promedio de este costo variable es de 500 dólares.

La suma de los costos fijos y variables da un total de 3.850 dólares. El margen unitario es de  $837 - 12 = 825$  (Promedio de Precio unitario de venta – costo variable unitario).

El Punto de equilibrio es:  $3.350/825$  (costos fijos / margen unitario) = 4. Esto indica que se deberán vender más de 4 paquetes para obtener alguna utilidad. De acuerdo al pronóstico de ventas detallado en el cuadro de Presupuesto de Ingresos (32 paquetes vendidos), se visualiza que existe cero riesgo invertir en este negocio porque genera una buena utilidad.

# CAPITULO 6

## 6.1 ANÁLISIS DE VALORES PERSONALES

El grupo empresarial que conforma la empresa, son personas que tienen la visión de hacer conocer la belleza de nuestro país, por ende el negocio se ajusta perfectamente a la escala de valores éticos y morales del grupo empresarial. La compañía tendrá una buena imagen ante la comunidad debido a que es una empresa que busca hacer conocer a nuestro país, darle una imagen de centro turístico al cual las personas pueden visitar sin miedo alguno, y con esto se generan otras fuentes de trabajo paralelas para el país.

Este negocio involucra a otras compañías, como hoteles, ya que cuando algún turista decide visitar nuestro país nosotros incluimos en el paquete el hotel donde se hospedará, por esto tendremos alianzas estratégicas con varios hoteles de la ciudad, así mismo en los hoteles se encontrarán folletos que hablen de nuestra empresa para hacernos conocer a turistas que han llegado a nuestro país por su cuenta y deseen alguna ayuda en la selección de tours.



# CAPITULO 7

## 7.1 ANÁLISIS FINANCIERO

### 7.1.1 Balance General

#### Balance General al 31 de Diciembre del 2003

##### ACTIVO

##### CORRIENTE

##### DISPONIBLE

Caja	120,00
Caja_Chica	30,00
Bancos	18.360,00

##### PAGOS

##### ANTICIPADOS

Útiles de Oficina	40,00
-------------------	-------

##### ACTIVOS FIJOS

##### DEPRECIABLES

Muebles de Oficina	1.550,00
Equipos de Computación	4.500,00

<b>Menos</b> Depreciación Acumulada de Activos Fijos	0,00
--	------

<b>TOTAL ACTIVO</b>	<u>24.600,00</u>
---------------------	------------------

##### PASIVO

Cuentas por Pagar	0,00
-------------------	------

<b>TOTAL PASIVO</b>	0,00
---------------------	------

<b>CAPITAL</b>	24.600,00
----------------	-----------

<b>TOTAL DE PASIVO Y CAPITAL</b>	<u>24.600,00</u>
----------------------------------	------------------

## 7.1.2 Estado de Resultados

### Estado de Resultado

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas netas</b>	\$193.176,02	\$216.357,14	\$242.320,00	\$271.398,40	\$303.966,21
<b>Costos de Ventas</b>	108.942,05	122.015,10	136.656,91	153.055,74	171.422,43
<i>Proveedores</i>	97.385,53	109.071,79	122.160,40	136.819,65	153.238,01
<i>Comisiones</i>	11.556,53	12.943,31	14.496,51	16.236,09	18.184,42
<i>Utilidad bruta</i>	84.233,97	94.342,04	105.663,09	118.342,66	132.543,78
<i>Gastos de ventas</i>	12.000,00	13.440,00	15.052,80	16.859,14	18.882,23
<i>Gastos de Depreciación</i>	965,00	965,00	965,00	965,00	965,00
<i>Gastos generales y administrativos</i>	49.639,96	52.953,50	57.424,40	64.315,33	72.033,17
<b>Utilidad Operativa</b>	<b>\$ 21.629,01</b>	<b>\$ 26.983,54</b>	<b>\$ 32.220,89</b>	<b>\$ 36.203,19</b>	<b>\$ 40.663,38</b>
<i>Pago de intereses</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Utilidad neta antes de dividendos</b>	<b>\$ 21.629,01</b>	<b>\$ 26.983,54</b>	<b>\$ 32.220,89</b>	<b>\$ 36.203,19</b>	<b>\$ 40.663,38</b>
<i>Dividendos a accionistas</i>	\$ 9.600,00	\$ 21.600,00	\$ 24.192,00	\$ 27.095,04	\$ 30.346,44
<b>Utilidad Neta antes de Impuestos</b>	<b>\$ 12.029,01</b>	<b>\$ 5.383,54</b>	<b>\$ 8.028,89</b>	<b>\$ 9.108,15</b>	<b>\$ 10.316,93</b>
<i>Impuesto a la renta</i>	\$ 3.007,25	\$ 1.345,89	\$ 2.007,22	\$ 2.277,04	\$ 2.579,23
<b>Utilidad Neta</b>	<b>\$ 9.021,76</b>	<b>\$ 4.037,66</b>	<b>\$ 6.021,67</b>	<b>\$ 6.831,12</b>	<b>\$ 7.737,70</b>

### 7.1.3 Flujo de Caja

<b>Ingresos</b>	<b>Mes 0</b>	<b>Mes 1</b>	<b>Mes 2</b>	<b>Mes 3</b>	<b>Mes 4</b>	<b>Mes 5</b>	<b>Mes 6</b>	<b>Mes 7</b>	<b>Mes 8</b>
<i>Ventas</i>	\$ -	\$ 10,900.00	\$ 11,990.00	\$ 13,189.00	\$ 14,507.90	\$ 15,958.69	\$ 17,554.56	\$ 17,730.10	\$ 17,907.41
<i>cobros</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos</b>	\$ -	\$ 10,900.00	\$ 11,990.00	\$ 13,189.00	\$ 14,507.90	\$ 15,958.69	\$ 17,554.56	\$ 17,730.10	\$ 17,907.41
<b>Gastos</b>									
<i>Gastos de creación</i>	-\$ 900.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Compra de activos fijos</i>	-\$ 7,240.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Arriendo</i>	-\$ 2,400.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
<i>Enlace dedicada</i>		\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00
<i>Sueldos fijo</i>		\$ 2,550.00	\$ 2,550.00	\$ 2,550.00	\$ 2,550.00	\$ 2,550.00	\$ 2,550.00	\$ 2,550.00	\$ 2,550.00
<i>Comisiones*</i>		\$ 338.00	\$ 436.02	\$ 562.47	\$ 725.58	\$ 936.00	\$ 1,207.44	\$ 1,212.47	\$ 1,217.52
<i>Servicios básicos</i>		\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00
<i>Alquiler de vehículos*</i>		\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 120.00	\$ 121.20	\$ 122.41
<i>Gastos ventas (publicidad)</i>	-\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 2,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00
<i>Hosting</i>		\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00
<i>Depreciación</i>									
<i>Proveedores*</i>		\$ 5,495.00	\$ 6,044.50	\$ 6,648.95	\$ 7,313.85	\$ 8,045.23	\$ 8,849.75	\$ 8,938.25	\$ 9,027.63
<i>Pago de dividendos</i>		\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00
<b>Total Gastos</b>	-\$ 12,540.00	\$ 11,911.00	\$ 12,558.52	\$ 13,289.42	\$ 14,917.43	\$ 15,859.23	\$ 15,935.19	\$ 16,029.92	\$ 16,125.57
<i>Saldo de caja</i>	-\$ 12,540.00	-\$ 1,011.00	-\$ 568.52	-\$ 100.42	-\$ 409.53	\$ 99.46	\$ 1,619.37	\$ 1,700.18	\$ 1,781.84
<i>Requerimiento de efectivo</i>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Péstamos</i>		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

<b>Ingresos</b>	<b>Mes 9</b>	<b>Mes 10</b>	<b>Mes 11</b>	<b>Mes 12</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
<i>Ventas</i>	\$18,086.48	\$18,267.34	\$ 18,450.02	\$ 18,634.52	\$ 193,176.02	\$ 216,357.14	\$242,320.00	\$271,398.40	\$303,966.21
<i>cobros</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Total Ingresos</b>	\$18,086.48	\$18,267.34	\$ 18,450.02	\$ 18,634.52	\$ 193,176.02	\$ 216,357.14	\$242,320.00	\$271,398.40	\$303,966.21
<b>Gastos</b>									
<i>Gastos de creación</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 900.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Compra de activos fijos</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 7,240.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Arriendo</i>	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 9,600.00	\$ 10,752.00	\$ 12,042.24
<i>Enlace dedicada</i>	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,000.00	\$ 6,720.00	\$ 7,526.40
<i>Sueldos fijo</i>	\$ 2,550.00	\$ 2,550.00	\$ 2,550.00	\$ 2,550.00	\$ 30,600.00	\$ 34,272.00	\$ 38,384.64	\$ 42,990.80	\$ 48,149.69
<i>Comisiones*</i>	\$ 1,222.60	\$ 1,227.69	\$ 1,232.80	\$ 1,237.94	\$ 11,556.53	\$ 12,943.31	\$ 14,496.51	\$ 16,236.09	\$ 18,184.42
<i>Servicios básicos</i>	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 100.00	\$ 1,200.00	\$ 1,344.00	\$ 1,505.28	\$ 1,685.91	\$ 1,888.22
<i>Alquiler de vehículos*</i>	\$ 123.64	\$ 124.87	\$ 126.12	\$ 127.38	\$ 1,465.62	\$ 1,641.50	\$ 1,838.48	\$ 2,059.10	\$ 2,306.19
<i>Gastos ventas (publicidad)</i>	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	\$ 12,000.00	\$ 13,440.00	\$ 15,052.80	\$ 16,859.14	\$ 18,882.23
<i>Hosting</i>	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 8.00	\$ 96.00	\$ 96.00	\$ 96.00	\$ 107.52	\$ 120.42
<i>Depreciación</i>					\$ 965.00	\$ 965.00	\$ 965.00	\$ 965.00	\$ 965.00
<i>Proveedores*</i>	\$ 9,117.91	\$ 9,209.09	\$ 9,301.18	\$ 9,394.19	\$ 97,385.53	\$ 109,071.79	\$122,160.40	\$136,819.65	\$153,238.01
<i>Pago de dividendos</i>	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 21,600.00	\$ 24,192.00	\$ 27,095.04	\$ 30,346.44
<b>Total Gastos</b>	\$16,222.14	\$16,319.65	\$ 16,418.10	\$ 16,517.51	\$ 188,608.68	\$ 210,973.60	\$234,291.11	\$262,290.24	\$293,649.27
<i>Saldo de caja</i>	\$ 1,864.34	\$ 1,947.69	\$ 2,031.91	\$ 2,117.00	\$ 4,567.34	\$ 5,383.54	\$ 8,028.89	\$ 9,108.15	\$ 10,316.93
<i>Requerimiento de efectivo</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<i>Péstamos</i>	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -

Factor de crecimiento mensual de las ventas (hasta el sexto mes) **10%**

Factor de crecimiento anual de las ventas (a partir del sexto mes) **12%**

La inversión es recuperada entre el quinto y sexto mes

## 7.1.4 Cálculo de VAN

### CALCULO VAN

10%

AÑO	ENTRADAS EN EFECTIVO	TASA	VP
1	\$ 4.567,34	0,909	\$ 4.151,71
2	\$ 5.383,54	0,826	\$ 4.446,81
3	\$ 8.028,89	0,751	\$ 6.029,70
4	\$ 9.108,15	0,683	\$ 6.220,87
5	\$ 10.316,93	0,621	\$ 6.406,82
			<b>\$ 27.255,90</b>
<b>Inversión Inicial</b>		-	\$ 24.600,00
<b>VPN</b>			<b>\$ 2.655,90</b>

El VPN es mayor a cero, por lo tanto la inversión es recuperable.

# CAPITULO 8

## 8.1 ANÁLISIS DE RIESGOS

Para el análisis de riesgos se han tomado en cuenta muchos factores como: financiero, desarrollo del producto, personal técnico, etc.

En nuestro tipo de negocio el riesgo principal que se puede presentar son fenómenos naturales. Debido a que son viajes a diferentes partes de país dependemos de la actividad de la naturaleza para armar nuestros paquetes, dependiendo de esto podremos llevar clientes a algunos sitios y en otros casos no, el riesgo principal se corre cuando ya se ha armado y preparado un paquete, y el cliente ha pagado por este pero por fenómenos naturales se debe suspender, en este caso debemos devolver la plata al cliente y puede ser que este dinero ya este invertido.

Financieramente no encontramos mayor inconveniente, ya que cuando una persona solicita un paquete turístico el pago se realiza antes del viaje, a excepción de ciertos casos en los cuales sean clientes frecuentes.

Riesgos en costos de producción no encontramos ninguno, ya que no producimos nada, solo tenemos aliados estratégicos con otras empresas como hoteles, aerolíneas y restaurantes.

Si por alguna situación extrema el negocio llegase a cerrar no tenemos maquinarias ni equipos que pagar, solo liquidaría al personal que trabaja con nosotros, pero tendríamos cuentas por pagar a proveedores debido a que todo se prepara con el dinero del cliente antes del viaje, es por esto que nuestra política de cobro es a través de tarjeta de crédito, efectivo o transferencia y se cancela antes del viaje. Algo que podemos aprovechar son los activos fijos como computadoras y escritorios que se pueden vender.

# **ANEXOS**

**(Manual Técnico)**



# **1. ARQUITECTURA DEL SISTEMA.**

## **1.1 Justificación de la selección del modelo**

Los objetos del negocio deben poder definir los conceptos independientes de la aplicación que tienen sentido en el “mundo real”, al mismo tiempo deben de ser los más independientes posibles de la herramienta, base de datos, aplicaciones, etc. Una de las principales ventajas de este modelo es que se puede “reciclar” los objetos para ser reutilizados en otro contexto de aplicación.

## **1.2 Tipos de Procesos Clientes**

Se implementará la interfaz gráfica de los objetos del negocio que pueden ser vistos por el usuario e interactuar con él. Se implementarán como OCX. Ejemplos: objeto paquete turístico, objeto solicitud, etc.

## **1.3 Tipos de Procesos Servidores**

Se ha utilizado 2 tipos de procesos servidores

### **Proceso servidor de acceso a datos**

Se encarga de todo lo relacionado a almacenamiento, consulta de datos, concurrencia, etc. Se implementará como una DLL.

### **Proceso servidor de objetos del negocio**

Se encargará de definir los objetos del negocio y las reglas que rigen su funcionamiento. Se implementará como una DLL. Ejemplos: objeto paquete turístico, objeto solicitud, etc.

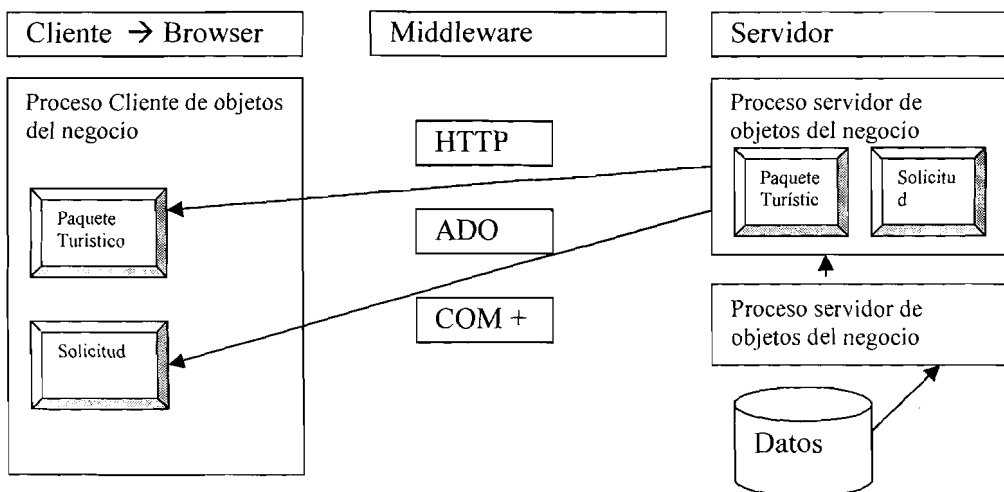
## 1.4 Tipos de Middleware

El sistema utiliza 3 tipos de middleware

**Middleware de base de datos:** ADO (Active Data Object), el cual nos permite comunicar con la base de datos y facilita la programación.

**Middleware de Internet:** http (Hypertext Transfer Protocol), el cual es un protocolo que permite interacción entre el Web Browser y el Web Server.

**Middleware de objetos:** COM + (Component Object Model), es usado para la comunicación entre los componentes de negocios y los componentes de datos.



## 1.5 Tecnologías y Herramientas escogidas para la implementación

Para el desarrollo del producto se escogieron las siguientes herramientas:

- Personal Web Server para desarrollar las páginas ASP y HTML
- Microsoft Access 2002 para el Database Server

- Windows 2000 Server en el equipo donde se ejecutaran todos los procesos servidores.
- Internet 5.0 en adelante para el browser.

## **1.6 Requerimientos de Hardware y Software para la puesta en producción**

### **Hardware del Servidor**

- Computador personal con procesador AMD Athlon XP de 2 Ghz
- 256 Megabytes de RAM DDR
- 80 GB de disco duro
- CD-ROM 52 x drive
- Tarjeta de red 3 COM 10 base 100
- Monitor SVGA (15 pulgadas)
- Mouse
- Teclado
- Acceso a Internet con enlace dedicado.

### **Hardware del Cliente**

- Se requiere computadoras con procesadores de 800 Mhz en adelante, 64 MB de memoria RAM, disco duro de 20 Gb, monitor, teclado y mouse.
- El sistema operativo debe ser Windows 98 o superior.
- Navegador puede ser Internet Explorer 5.0 en adelante u Opera 5.0 en adelante.

## **Software**

- Windows 2000 server como sistema operativo del equipo donde se correrán los procesos servidores.
- Squid Proxy server para windows, para que permita la conexión de internet con las computadoras clientes.
- Opera 5.0 en adelante o Internet Explorer 5.0 en adelante
- Personal Web Server
- Microsoft Access 2002 para el Database Server.

## 2. IMPLEMENTACION DE LA CAPA DE DATOS.

### 2.1 Modelo Físico de Datos

**Tabla: Cliente**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
CliCodigo	Numeric(6)	PK	Código del cliente
CliPasaporte	Numeric(9)		Pasaporte del cliente
CliNombre	Char(25)		Nombre del cliente
CliApellido	Char(25)		Apellido del cliente
CliPais	Char(20)		País de Origen del cliente
CliCiudad	Char(20)		Ciudad de Origen del cliente
CliDireccion	Char(50)		Dirección del cliente
CliEmail	Char(40)		Correo electrónico
CliTelefono	Char(15)		Teléfono del cliente

**Tabla: Solicitud**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
SolNumero	Numeric(6)	PK	Número de Solicitud
SolCliente	Numeric(6)	FK	Código del cliente
SolFecha	Date		Fecha de Solicitud
SolHora	Time		Hora de Solicitud
Solestado	Char(1)		Estado de la Solicitud

**Tabla: País**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
PaiCodigo	Numeric(4)	PK	Código de País
PaiNombre	Char(40)		Nombre del País

**Tabla: Ciudad**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
CiuPais	Numeric(4)	FK	Código de País
CiuCodigo	Numeric(4)		Código de Ciudad
CiuNombre	Char(40)		Nombre de la Ciudad

**Tabla: Tour**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
TouSecuenc	Numeric(6)		Secuencia del Tour
TouPaquete	Numeric(6)	FK	Código del Paquete
TouFechIni	Date		Fecha de Salida
TouFechFin	Date		Fecha de Llegada

**Tabla: Detalle\_Tour**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
DetTour	Numeric(6)	FK	Secuencia del Tour
DetSecuencia	Numeric(6)		Secuencia del Detalle
DetCliente	Numeric(6)	FK	Código del Cliente
DetNSolicitud	Numeric(6)		Número de Solicitud
DetFecha	Date		Fecha de Inscripción

**Tabla: Guia**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
GuiCodigo	Numeric(6)	PK	Código del Guía
GuiNombre	Char(25)		Nombre del Guía
GuiApellido	Char(25)		Apellido del Guía
GuiDireccion	Char(50)		Dirección de Solicitud
GuiTelefono	Char(12)		Teléfono de Solicitud

**Tabla: Paquete**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
PaqCodigo	Numeric(6)	PK	Código del Paquete
PaqNombre	Char(40)		Nombre del Paquete
PaqMinClient	Numeric(2)		Mínimo Clientes en el paquete
PaqMaxClient	Numeric(2)		Máximo Clientes en el paquete

**Tabla: Tarifa**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
TarPaquete	Numeric(6)	FK	Código del Paquete
TarSecuencia	Numeric(6)		Secuencia de la tarifa
TarClientes	Numeric(2)		Cantidad de clientes para tarifa

TarValor	Numeric(6)		Valor de la tarifa
----------	------------	--	--------------------

**Tabla: Actividad**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
ActPaquete	Numeric(6)	FK	Código del Paquete
ActSecuencia	Numeric(6)		Secuencia de la actividad
ActTipServ	Numeric(6)	FK	Código del tipo de servicio
ActSocio	Numeric(6)	FK	Código del Socio
ActLocalid	Numeric(6)	FK	Código de Localidad
Actdia	Char(20)		Inicio de Actividad
ActHorInicio	Time		Fin de Actividad
ActHorFin	Time		Correo electrónico
ActDescripci	Char(50)		Descripción de la actividad

**Tabla: Galeria**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
GalTipServ	Numeric(6)	FK	Código del tipo de servicio
GalLocalid	Numeric(6)		Código de localidad
GalSecuencia	Numeric(6)		Secuencia de la galería
GalSocio	Numeric(6)		Código de socio
GalRutaNom	Char(40)		Ruta donde se ubica
GalNombre	Char(40)		Nombre de la galería
GalDescripcc	Char(50)		Descripción de la galería

**Tabla: Localidad**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
LocTipServ	Numeric(6)	FK	Código del tipo de servicio
LocSocio	Numeric(6)	FK	Código de Socio
LocCodigo	Numeric(6)		Código de localidad
LocPais	Numeric(4)		Código de país
LocCiudad	Numeric(4)		Código de ciudad
LocNombre	Char(40)		Nombre de localidad
LocCapacid	Numeric(2)		Capacidad de localidad

**Tabla: Socio**

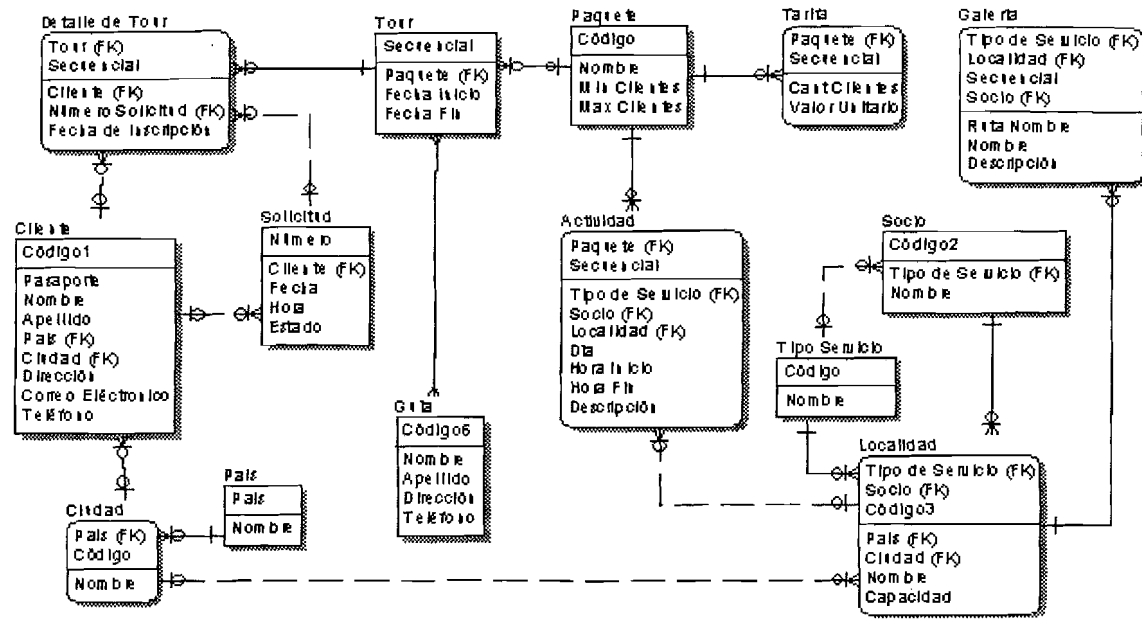
<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
SocCodigo	Numeric(6)	PK	Código del socio
SocTipServ	Numeric(6)	FK	Código del tipo de servicio
SocNombre	Char(40)		Nombre del socio

**Tabla: TipServicio**

<b>Campo</b>	<b>Longitud</b>	<b>Clave</b>	<b>Descripción</b>
TipsCodigo	Numeric(6)	PK	Código del tipo de servicio
TipsNombre	Char(40)		Nombre del tipo de Servicio



## 2.2 Diagrama Entidad Relación



## **2.3 Stored Procedures**

No utilizamos ningún store procedure, ya que las inserciones, modificaciones, consultas y eliminaciones las realizamos directamente desde el programa con sentencias tipo SQL

## **2.4 Proceso Servidor de la Base de Datos**

Para la elaboración del Sistema de Venta de Paquetes Turísticos nuestra empresa trabajó con la base de datos relacional Microsoft Access 2002, ya que para nuestro tipo de negocios una base de datos de mayor capacidad no es necesaria debido a que el volumen de datos que manejamos no lo requiere.

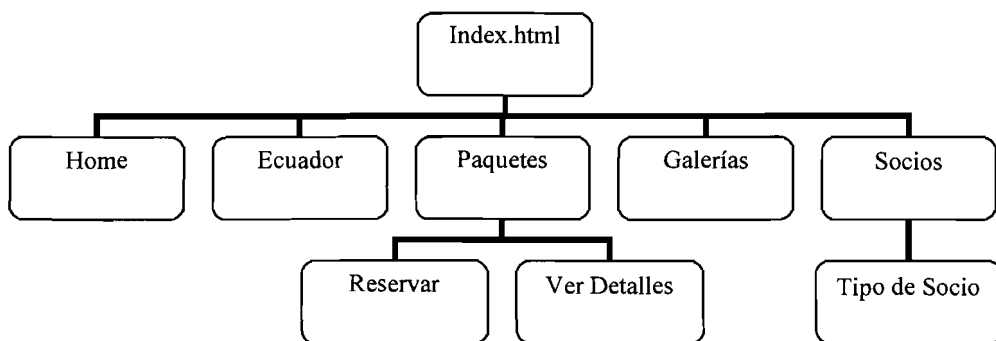
Entre las principales características que proporciona Microsoft Access 2002 mencionamos las siguientes:

- Integración completa con Microsoft Office XP, ya que viene junto con este paquete.
- Microsoft English Query
- Bajo costo en comparación con otros manejadores de datos
- Manejo de Transacciones.
- Fácil Manejo

### 3. IMPLEMENTACION DE LA CAPA DE PRESENTACION

#### 3.1 Diseño del Sitio Web – Cliente basado en Browser

A continuación presentamos un diagrama el cual nos muestra como están enlazadas las páginas:



#### 3.2 Cliente HTML

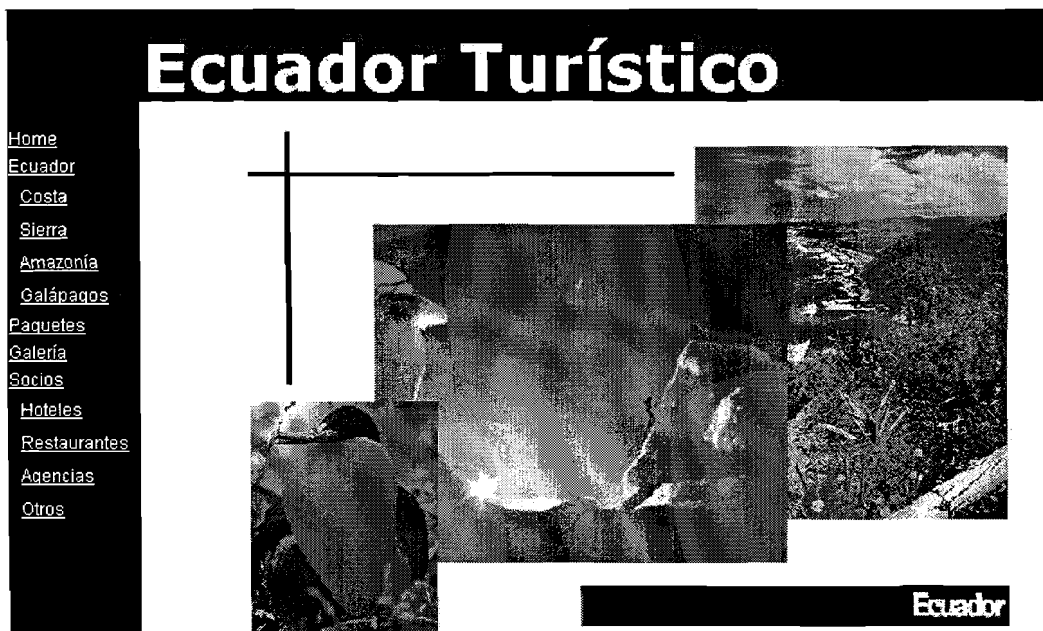
Usamos Html para dar el formato básico y la estructura de la página web. Todos los enlaces son bien claros y ayudan a identificar al usuario la función de cada uno.

El objetivo principal de la página es que sea de fácil uso para los clientes, que puedan encontrar rápidamente la información que desean y le de la información suficiente para decidir el destino de su viaje.

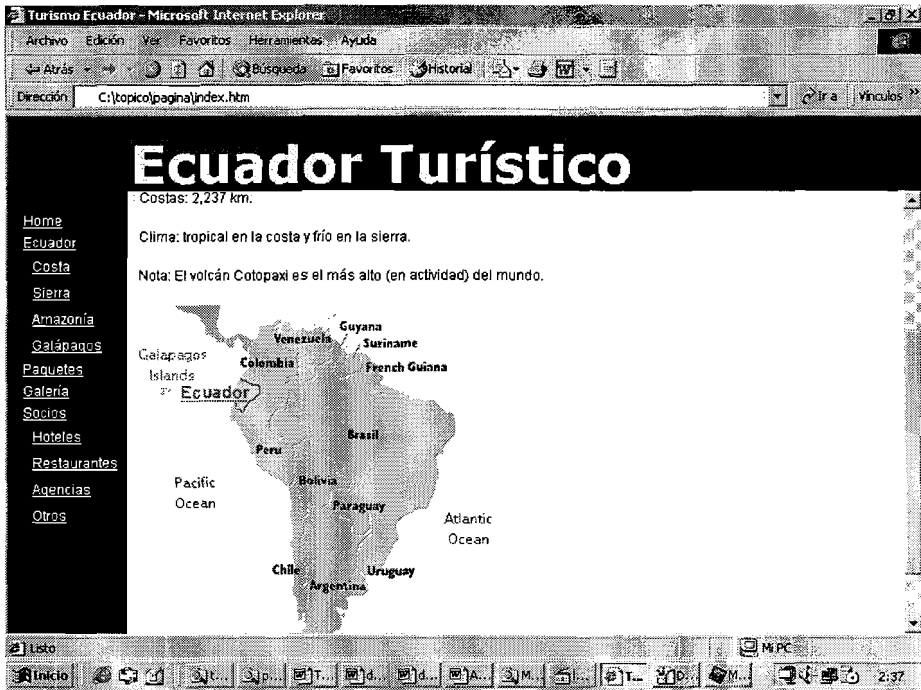
La página principal esta hecha con frame. El frame principal es la página `index.html`, el frame izquierdo contiene las opciones de la página, las

cuales llaman a otras páginas en donde podamos ver información sobre nuestro país o directamente reservar los paquetes.

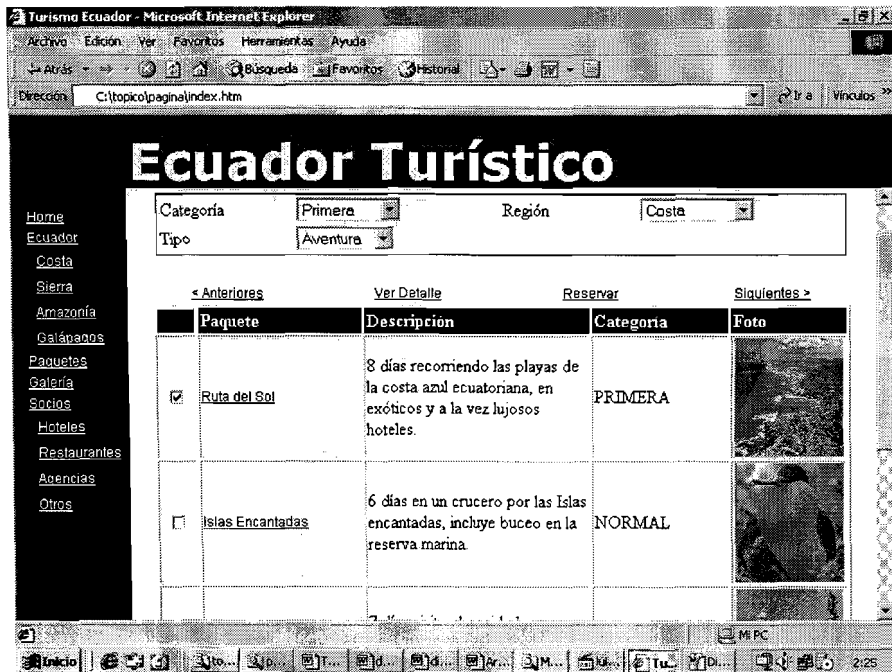
Los gráficos utilizados son extensión gif, para apreciar mejor la página se recomienda trabajar con resolución a partir de 800x600



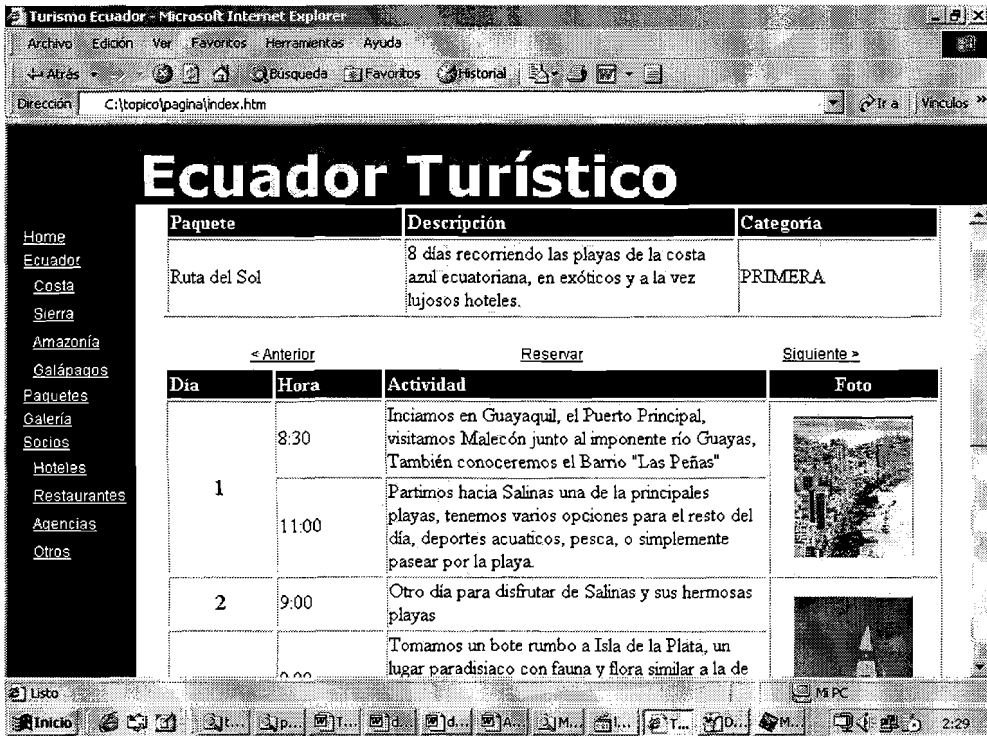
En el Link de Ecuador el cliente puede conocer sobre las maravillas que brinda nuestro país, y lo puede hacer por cada región donde se describe cuales son las costumbres.



Quando un cliente se decide por un paquete, luego de haber navegado y conocido los distintos destinos que tenemos, el puede reservar directamente su paquete en la página y cancelarlo con su tarjeta de crédito.



El cliente puede ver el detalle de cada paquete que se presenta y pulsar el link de ver detalle, a continuación le mostrará el itinerario diario



### 3.2 Client Script

Principalmente para validaciones de los datos que se ingresan en la página y para algunos cambios de formatos o contenidos.

### 3.3 Server Script

Para el acceso a los datos y mejorar y facilitar la presentación de las páginas

## **3.4 Archivos .CSS**

Para dar estilo a las páginas y mantener un estándar de los formatos de texto y presentación de ésta.

# CONCLUSIONES

El sistema de venta de paquetes turísticos tiene como finalidad, de mostrarle a los clientes ya sean nacionales o extranjeros la cultura y belleza de nuestro país, podrán consultar los servicios que ofrecemos y contactarnos.

El cliente ya no tendrá la necesidad de acercarse hasta una oficina a preguntar todos los detalles de un viaje ya sean por negocios o por placer, todo lo podrá hacer mediante la web.

El cliente podrá elegir el paquete que mejor se adapte a sus necesidades o crear el uno, toda la información necesitada estará en la página. Toda la información que el nos proporcione será confidencial, la página es revisada y actualizada constantemente para ofrecer cada día un mejor servicio.



# BIBLIOGRAFÍA

- Cliente / Servidor y Objetos – Guía de Supervivencia
- Internet
- Libro de Programing Microsoft Visual Basic 6.0
- Cliente servidor metodología de diseño de software.
- Cómo iniciar un negocio en Internet por Greg Holden
- Ministerio de Turismo del Ecuador
- Estadísticas, Subsecretaría de Turismo