PROYECTO DE DESARROLLO DEL TURISMO NÁUTICO A LO LARGO DE LA COSTA DE LAS PROVINCIAS GUAYAS Y MANABI

Liana Baño Aldaz[1], Jenny Cabello Sigüenza[2], Mayra Parra González[3], Marco Mejía Coronel[4].

[1] Ingeniera Comercial y Empresarial en Finanzas. 2004
[2] Ingeniera Comercial y Empresarial en Finanzas. 2004
[3] Ingeniera Comercial y Empresarial en Finanzas. 2004
[4] Director de Proyecto de Graduación. Ingeniero Mecánico, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 1990. Master en Ciencias Agrícolas, CLEMSON University, EEUU, 1992. Profesor de la ESPOL desde 1992.

RESUMEN

El proyecto que aquí se expone está compuesto, de relevante información estadística, principalmente del Ministerio de Turismo, también de una cuidadosa investigación de mercado y análisis financiero para demostrar que el Desarrollo del Turismo Náutico en las Provincias de Guayas y Manabí es una oportunidad competitiva para originar un servicio que aporte al desarrollo tanto turístico como económico del Ecuador.

Con este objeto principal, ponemos a consideración el presente proyecto de graduación, para que un inversionista decidido participe de esta idea original, que ha sido estudiada metódicamente y así fomentar el auge del sector turístico con resultados optimistas, como el ingreso de divisas, impulso del turismo interno y nuevas plazas de trabajo, asimismo, alcanzando una provechosa rentabilidad sobre la inversión.

INTRODUCCIÓN

Una pregunta que surge en nuestro país es: De qué manera se puede salir adelante frente a los países ricos?, sabemos que no podemos competir por el momento en conocimiento y tecnología, sin embargo, en que gastan los países ricos?, al obtener datos de este punto vimos que el 17.07% de sus gastos es en turismo (478 mil millones de dólares)[1]. La respuesta que surge entonces es: Incursionemos en turismo,

---

[1] Datos tomados de la página http://www.professionalair.net/comentarios.html

de esta manera, la base para sustentar nuestra participación y crecimiento sería el desarrollo del producto turístico ecuatoriano.

Para dar una idea de la importancia del turismo a nivel mundial tenemos datos[2] de que el turismo generó: 677.5 millones de turistas en 1999 lo que representó 456 mil millones de dólares y 698 millones de turistas en el año 2000 representaron 478 mil millones de dólares, sin contar el gasto del transporte turístico.

Si bien es cierto que los países desarrollados obtienen los mayores ingresos por turismo, hay otro grupo de países que sobresalen por su gran dependencia a ésta actividad, tal es el caso de las Islas del Caribe, que fueron visitadas por catorce turistas por cada residente y las rentas del turismo representan el 80 % de su PIB en 1998.

En lo que se refiere al ingreso de divisas al país, la balanza de pagos del Ecuador al año 2002, en su rubro viajes registra US $ 447.2 millones de dólares, esta cifra ubica al turismo receptor en el tercer lugar de generación de divisas.[3] .Esta actividad genera el 10% de los ingresos del Ecuador, es decir, que de cada dólar que genera la economía nacional, 10 centavos tienen relación con este sector[4].

Adicionalmente, tenemos que en el año 2002 el número de extranjeros que llegaron al Ecuador fue de 653,993 personas[5] y apenas un 3.18%[6] de ellos vienen motivados por las Costas Ecuatorianas, lo que muestra un bajo porcentaje de turismo receptivo para este sector del país

De esta manera, el proyecto se orienta a promover el turismo náutico a lo largo de las playas de las provincias Guayas y Manabí, como una alternativa innovadora al desarrollo del turismo en la Costa Ecuatoriana.

---

[2] Datos tomados de la página http://www.professionalair.net/comentarios.html

[3] Fuente: Banco Central del Ecuador

[4] Fuente: Organización Mundial del Turismo (OMT)

[5] Fuente: Departamento Nacional de Migración

[6] Fuente: Investigación de mercado para la Ruta del Sol - Departamento de Turismo - I. Municipio de Santa Elena

<u>CONTENIDO</u>

1 ESTUDIO DE MERCADO

1.1 Investigación de Mercado

1.1.1 Definición del problema

Por tratarse de un servicio innovador en nuestro país, el problema consiste en determinar si existe aceptación del turismo náutico a lo largo de las playas de Guayas y Manabí por parte del turista nacional y extranjero

1.1.2 Planteamiento de objetivos generales

La investigación está dirigida a conseguir los siguientes objetivos:

- Identificar las características más importantes de los turistas náuticos potenciales.
- Determinar el nivel de aceptación para este tipo de servicio

1.1.3 Resultados obtenidos del estudio de los turistas nacionales

Se realizó una encuesta para obtener el perfil del turista náutico nacional y el grado de aceptación del servicio, los resultados son:

El 58% de los encuestados manifestaron ser casados, porcentaje representativo del resto de encuestados, el 85.3%, son profesionales. Con respecto al ingreso familiar, los porcentajes no muestran una tendencia considerable, siendo el porcentaje mayor, los turistas con ingresos entre $1,000 y $1,500. Los residentes en las tres ciudades (Quito, Guayaquil, Cuenca), principalmente visitan la Costa de 1-4 veces al año, además permanecen mayormente un fin de semana en la Costa, sin embargo un porcentaje relevante de los residentes en Quito y Cuenca lo hacen también durante 1 semana.

Con respecto a la compañía durante sus vacaciones, para el caso de los Solteros, el 43.4% pasa sus vacaciones en compañía de amigos, los Casados lo hacen en un 73.9%, en compañía de familia y/o hijos, los Divorciados en un 42,9% en compañía de familia y/o hijos y finalmente Otros lo hacen con su pareja, en un 52%.

En promedio el 67.7% de los encuestados manifestaron su disposición a realizar el crucero a lo largo de la Costa Ecuatoriana. Los residentes en la ciudad de Guayaquil, manifestaron su disposición a realizar el crucero en un 64.10%, los residentes de Quito lo hicieron en un 72.2% y los residentes de Cuenca en un 70.8%. En resumen los encuestados gustarían de servicios de restaurante, pesca deportiva, bar, discoteca y visitar lugares turísticos durante el crucero.

De los encuestados que manifestaron su interés en realizar el crucero, el 65.1% lo harían durante 2 a 3 días y aún un 24.5% lo harían durante más de 3 días.

1.1.4 Resultados obtenidos del estudio de los extranjeros

Resumiendo los datos anteriormente presentados, se puede concluir, que los turistas extranjeros potenciales para este proyecto son aquellos procedentes de Colombia, Perú y Chile, debido básicamente a la cercanía geográfica, sin embargo los extranjeros que se han reconocido como partidarios del turismo náutico son los alemanes, españoles e incluso estadounidenses.

1.2 Plan de Marketing

1.2.1 Fuerzas. Oportunidades, Debilidades, Amenazas (FODA).

1.2.1.1 Fortalezas

- Extensa variedad de recursos y atractivos naturales.
- Numerosas y extensas playas en las que se pueden practicar los deportes asociados al turismo de sol y playa.
- Costas navegables.

1.2.1.2 Debilidades

- Deficiencias de señalización y acondicionamiento de los recursos y atractivos.
- Algunos problemas con infraestructura en algunos puertos.
- Carencia de esquemas consolidados de turismo náutico.

1.2.1.3 Oportunidades

- No existen ofertas similares de turismo náutico por Guayas y Manabí.
- Ecuador presenta grandes perspectivas de desarrollo en variados campos de la actividad económica, ofreciendo oportunidades de inversión relacionadas al

turismo de sol y playa, turismo de naturaleza, deportes de aventura y viajes de negocios.

- Demanda creciente de actividades de aventura y deportivas ligadas a la naturaleza.
- Localización geográfica estratégica con frentes hacia Estados Unidos, Europa y Asia.

1.2.1.4 Amenazas

- Retracción de la inversión pública para el fomento de la inversión turística.
- Crecimiento de la exigencia en la calidad de los servicios turísticos.
- La falta de ordenamientos territoriales, ambientales y turísticos puede desmeritar y hasta acabar con ciertos productos turísticos.

1.2.2 Marketing Operativo

1.2.2.1 Cliente satisfecho

Según las características de la embarcación, el paquete turístico corresponde a un crucero mediano de bajo impacto ambiental, con capacidad para 26 personas, quienes disfrutarán de servicios como restaurante, bar, discoteca, un ambiente social, familiar, rodeado de comodidades, con atención personal de guías naturalistas bilingües.

Según los resultados de la investigación de mercado, inicialmente se incursionará en viajes de 3 y 4 días.

1.2.2.2 Costo a satisfacer

Se fijará un precio intermedio entregando un valor elevado debido a la alta calidad del servicio que se ofrecerá. El precio intermedio ayudará a captar clientes inicialmente, a pesar de que este es un servicio innovador, es posible que los clientes lo sustituyan por viajes cortos que son más comunes en la Costa.

1.2.2.3 Precios de los servicios ofrecidos

- **PAQUETE 1 (3 DIAS)**

	Temporada Alta[7]	Temporada Baja[8]
Paquete completo	$215.00	$190.00

- **PAQUETE 2 (4 DIAS)**

	Temporada Alta	Temporada Baja
Paquete completo	$265.00	$240.00

1.2.2.4 Canales de Distribución

La distribución del servicio se iniciará con la venta directa de los paquetes desde las instalaciones en Salinas, otro medio de distribución será el contacto con las agencias de turismo en las principales ciudades del país, y finalmente mediante el uso del Internet que dispone el proyecto se podrá llegar tanto a los turistas nacionales como extranjeros.

1.2.3 Comunicación

1.2.3.1 Medio de Comunicación

Revistas.- Se planea publicar 1 página entera en dos ediciones al año (revista Hogar), al inicio de la temporada alta (Diciembre) y al inicio de la temporada de ballenas (Julio).

Afiches, Trípticos y Volantes.- Pueden ser distribuidas en las diferentes Agencias de Viajes, Hoteles y Restaurantes, donde se tenga alianzas estratégicas para promover el servicio turístico, además de Centros de Información Turística.

Internet.- Una página web, es otra vía de darse a conocer internacionalmente.

2. ANALISIS FINANCIERO

2.1 Inversiones

La inversión total se estima en $730.106,31.

2.1.1. Activos fijos

Los activos fijos suman $711.882,48, que representan el 97.55% de la inversión total.

[7] Temporada Alta corresponde desde 15 Diciembre al 30 Abril
[8] Temporada Baja corresponde desde 01 Mayo al 14 Diciembre

2.1.2Capital de operación

Se necesitarán $18,223.84 que representan el 2.45% del total a invertir.

2.2 Financiamiento

El capital social será financiado al 100% con aportes propios de los socios del proyecto.

2.3 Flujo de Ingresos

Los ingresos para el proyecto corresponde a la venta de los 2 paquetes turísticos, además ingresos por servicios en el bar, alquiler de equipo de pesca, artículos promocionales y de restaurante no incluidos en el paquete. Estos ingresos suman $ $ 349.739,14 para el primer año.

2.4 Resultados y Situación Financiera Estimados

2.4.1 Estado de Pérdidas y Ganancias

El estado de pérdidas y ganancias muestra ganancias para los 6 años donde el proyecto llega a su 100% de capacidad. Para el primer año se obtiene una utilidad neta después de participación e impuestos de $79.312,09.

2.4.2 Flujo de Caja

Los flujos netos de caja tienen saldos positivos y van incrementándose todos los años, los mismos permiten cubrir satisfactoriamente los egresos.

2.4.3 Periodo de Recuperación

La inversión en el proyecto se recuperará en 3 años, 4 meses. De manera alternativa, según el método de los flujos descontados, que considera el costo de oportunidad, la inversión se recupera en 4 años, 7 meses.

2.4.4 Tasa Interna de Retorno

Se obtuvo una tasa interna de retorno para la inversión del 49.93%, la cual se considera satisfactoria, ya que indica que los flujos a generarse para el proyecto permitirán recuperar la inversión realizada, superando así al 18.01% que corresponde a la TMAR utilizada para el proyecto.

2.4.5 Valor Actual Neto

El Valor Actual Neto para el Proyecto corresponde a **$ 1.120.879,32.**

2.4.6 Índices Financieros

Los índices de composición de activos, muestran que la inversión prevalece en activos fijos hasta el año 4, desde donde empieza a dominar la inversión en activos corrientes, debido a la acumulación de circulante a lo largo de los años. Respecto a los índices de rentabilidad se observa un alto margen de utilidad bruta. Los primeros años se observa una baja liquidez, sin embargo ésta mejora notablemente al pasar de los años, debido a las utilidades reinvertidas.

2.4.7 Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio en ventas corresponde a $151.049,60 para el primer año.

2.4.8 Análisis de Sensibilidad

CUADRO 1 ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD

	VAN	TIR
Situación inicial	$ 1.120.879,32	49,93%
10% Aumento en el precio final	$ 1.415.436,81	56,30%
10% Disminución en el precio final	$ 826.321,83	42,99%
10% Aumento de costos y gastos	$ 1.024.054,36	47,64%
10% Aumento del costo de ventas	$ 1.071.787,35	48,76%
10% Disminución del costo de ventas	$ 1.169.971,29	51,08%

Del análisis de sensibilidad, se concluye que el precio es la variable que más afecta, para la toma de decisiones financieras en el proyecto.

CONCLUSIONES

- El turismo náutico en Ecuador presenta un perfil de actividad estacional controlable, debido a que pueden realizarse viajes casi todo el año, por las diferentes temporadas de visita a las playas tanto de turistas nacionales como extranjeros, de manera que puede dirigirse la oferta a los turistas en los respectivos meses de visita a la costa ecuatoriana.

- El proyecto contribuye al fortalecimiento de la capacidad competitiva del país, a la diversificación y diferenciación de productos y servicios turísticos.
- La implementación del turismo náutico permitirá incrementar el ingreso de divisas al país, generar empleo, y dar una alternativa más de distracción al turista interno.
- Del estudio financiero se concluye que al sexto año de operación, se alcanzará el 100% de la capacidad del barco, tiempo en el cual, se puede considerar la adquisición de una nueva embarcación para cubrir la demanda de los próximos años. Además la TIR correspondiente a este proyecto dio como resultado 49.93%, con un VAN de $1.120.879,32; siendo el precio la variable que más afecta en la toma de decisiones financieras.

REFERENCIAS

LIBROS

1. Ministerio de Comercio Exterior, Industrialización, Pesca y Competitividad., Benchmarking del Turismo Ecuatoriano, (Unidad Técnica del Proyecto de Comercio Exterior e Integración Banco Mundial - MICIP, Agosto 2001), pp. 5-33.
2. Welsch Glenn A., Presupuestos Planificación y Control de Utilidades, (5ta. Edición, Prentice-Hall Hispanoamericana, 1990), pp. 528-563
3. Kotler Philip, Dirección de mercadotecnia, (3ra. Edición, Prentice Hall, 1995)
4. Nassir Sapag Chain, Preparación y Evaluación de Proyectos, (4ta. Edición, Mc Graw-Hill Interamericana, 2000), Capítulo 15.

TESIS

1. Carrera Viviana, "Análisis y Plan de Marketing para Redifinir el Manejo del Complejo Termnal Turístico Telesforo Villacres L. Baños Termales San Vicente", (Tesis, Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2002).
2. Villacís Sonnia, "La Ranicultura como fuente de Divisas para el Ecuador", (Tesis, Instituto de Ciencias Humanísticas y Económicas, Escuela Superior Politécnica del Litoral, 2002).

INTERNET

1. Ministerio de Turismo, www.viveecuador.com
2. www.profesionalair.net
3. Banco Central del Ecuador, www.bce.fin.ec
4. Organización Mundial de Turismo, www.otm.com
5. Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, www.inec.org.ec

ENTREVISTAS REALIZADAS

1. Ignacio Rodríguez, Capitán de la Embarcación “Camilio Cien Fuego”
2. Zoila Ochoa Cevallos, Agencia de Viajes “OciTour”