



**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE SERVICIO DE RECORRIDOS
TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN EL
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**Previa a la obtención del Título de:
INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**

AUTOR: MARJORIE PATRICIA AQUINO ORTEGA

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

AÑO 2014

**UNIVERSIDAD ESTATAL
PENÍNSULA DE SANTA ELENA**

**FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE
UNA EMPRESA DE SERVICIO DE RECORRIDOS
TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN EL
CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA
DE SANTA ELENA,
AÑO 2015”**

TRABAJO DE TITULACIÓN

Previa a la obtención del Título de:

INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL

AUTOR: MARJORIE PATRICIA AQUINO ORTEGA

TUTOR: ING. JOHNNY REYES DE LA CRUZ, MSc.

LA LIBERTAD – ECUADOR

AÑO 2014

Libertad, 28 de Agosto 2014

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor de la Tesis de Grado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE RECORRIDOS TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA”, elaborado por la Srta. Marjorie Patricia Aquino Ortega, egresada de la Carrera Desarrollo Empresarial, Escuela de Ingeniería Comercial, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del Título de Ingeniera en Desarrollo Empresarial, me permito declarar que luego de haber orientado, estudiado y revisado la tesis, la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.
TUTOR

DEDICATORIA

Con todo mi amor dedico este trabajo a DIOS mi todo poderoso, el que siempre me ha acompañado en el transcurrir de mi vida, a mis queridos PADRES e HIJOS bellos por su amor, paciencia, trabajo y sacrificios en todos estos años, gracias a ustedes he logrado llegar hasta aquí y convertirme en lo que soy, han sido un apoyo incondicional y la razón de mi vida.

Marjorie Patricia

AGRADECIMIENTO

Agradezco infinitamente a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por la oportunidad de abrirme sus puertas y cumplir un sueño más en mi vida convirtiéndome en una profesional de calidad.

Agradezco también al Ing. Johnny Reyes De la Cruz por su dedicación y apoyo en la realización del presente trabajo al igual que a mis demás docentes en especial al Ing. Roberto Lucas que me incentivó día a día para culminar el anteproyecto.

Marjorie Patricia

TRIBUNAL DE GRADO

Ing. Mercedes Freire Rendón, MSc.
DECANA DE LA FACULTAD
CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

Econ. Félix Tigrero González, MSc.
DIRECTOR DE LA ESCUELA
DE INGENIERÍA COMERCIAL

Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc
PROFESOR TUTOR

Econ. Hugo Álvarez Plua, MSc.
PROFESOR DE ÁREA

Ab. Joe Espinoza Ayala
SECRETARIO GENERAL

**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE DESARROLLO EMPRESARIAL
ESCUELA DE INGENIERÍA COMERCIAL**

**“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA
EMPRESA DE SERVICIO DE RECORRIDOS TURÍSTICOS EN
CHIVAS DIVERTIDAS EN EL CANTÓN DE SANTA ELENA,
PROVINCIA SANTA ELENA”**

Autor: Marjorie Patricia Aquino Ortega.

Tutor: Ing. Johnny Reyes De la Cruz, MSc.

RESUMEN EJECUTIVO

La creación de una empresa que brinde servicios de recorridos turísticos en toda la Ruta del Spondylus de la provincia de Santa Elena, mediante el respectivo estudio de mercado, técnico, administrativo y financiero, para turistas locales, nacionales y extranjeros. Su importancia radica en dar a conocer todos los atractivos turísticos que brinda esta nueva provincia, que más de poseer las mejores playas del Ecuador, cuenta con museos, acuarios, parques recreativos, diferentes zonas donde se expenden los mejores platos costeros gastronómicos. Por tal razón se crea la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A., cuya finalidad tiene de brindar un servicio diferente en el medio local, con servicio adicional de discoteca. La provincia de Santa Elena no cuenta con una compañía que ofrezca este servicio con calidad y que brinde una buena atención garantizando la seguridad de los turistas. De acuerdo al estudio realizado se puede comprobar que esta empresa tendrá la acogida suficiente para mantenerse en el mercado justificando la ejecución del proyecto en un período de tiempo determinado. La metodología que se aplicó fue mediante una investigación cualitativa y cuantitativa, por lo cual se utilizó una investigación descriptiva y documental, para cuyo efecto se utilizó el método de la observación y método deductivo. Con la metodología de investigación empleada se realizó una encuesta que estuvo dirigida a los turistas nacionales y extranjeros, se considera. Con un costo de oportunidad del 12.00%, la evaluación del trabajo de titulación, se realizó mediante una proyección de diez años, cuyo VAN es de \$ 300.166,93, y con un TIR del 24 % con un tiempo de recuperación de la inversión de cinco años. Por estas razones una empresa como chivas divertida prestará servicios de transportación y aventura contribuyendo al desarrollo para potenciar el turismo y ofrecer una alternativa de esparcimiento y de diversión tanto a visitantes como a los residentes.

ÍNDICE GENERAL

PORTADA	I
APROBACIÓN DEL TUTOR	II
DEDICATORIA	III
AGRADECIMIENTO	IV
TRIBUNAL DE GRADO	V
RESUMEN EJECUTIVO	VI
ÍNDICE GENERAL.....	VII
ÍNDICE DE TABLAS.....	XV
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	XVII
ÍNDICE DE CUADROS	XVIII
ÍNDICE DE ANEXOS	XIX
INTRODUCCIÓN.....	1
MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN	3
TEMA	3
PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
Delimitación del Problema.....	4
Formulación del Problema.....	5
Sistematización del Problema.....	5
Evaluación del Problema.....	5
Justificación del tema.....	6
Objetivos.....	7

Objetivo General.	7
Objetivos Específicos.....	7
Hipótesis.....	8
Operacionalización de las variables	9
CAPÍTULO I.....	11
MARCO TEÓRICO.	11
1.1. ANTECEDENTES DEL TEMA.....	11
1.1.1 Transportes de chivas a nivel nacional en la actualidad.	11
1.1.2 Transportes de chivas a nivel provincial y local.	12
1.1.3 Reseña histórica del cantón Santa Elena.	12
1.1.4 Historia de la creación del cantón Santa Elena.	13
1.1.5 Antecedentes históricos de las chivas turísticas.....	14
1.2 ETAPAS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.	14
1.2.1 Aspectos generales de un estudio de Factibilidad.....	14
1.2.1.1 Estudio de Mercado.	15
1.2.1.1.1 Estructura del Mercado.....	17
1.2.1.1.2 Producto.....	17
1.2.1.1.3 Demanda.	19
1.2.1.1.4 Análisis de la demanda.	21
1.2.1.1.5 Demanda insatisfecha.	21
1.2.1.1.6 Oferta.	22
1.2.1.1.7 Análisis de la oferta.	22
1.2.1.1.8 Precio.	23
1.2.1.1.9 Comercialización.	24

1.2.1.1.10	Funciones de comercialización.	24
1.2.1.2	Estudio Técnico.	25
1.2.1.2.1	Tamaño de la estructura de la empresa.	26
1.2.1.2.2	Capacidad de la empresa.	26
1.2.1.2.3	Capacidad instalada.	26
1.2.1.2.4	Localización.	27
1.2.1.3	Estudio Financiero.	29
1.2.1.3.1	El financiamiento del proyecto.	30
1.2.1.3.2	Características básicas del financiamiento del proyecto.	30
1.2.1.3.3	Depreciaciones y Amortizaciones.	31
1.3	ACTIVIDADES TURÍSTICAS DEL CANTÓN SANTA ELENA.	31
1.3.1	Actividades turísticas.	32
1.3.2	Características demográficas del cantón Santa Elena.	32
1.3.3	Análisis económico del cantón Santa Elena.	33
1.3.3.1	PIB del Sector.	35
1.3.4	Actividades Turísticas en Santa Elena.	35
1.3.3.1.1	Inflación.	37
1.3.3.2	Relación de género en las actividades productivas.	37
1.3.4	Desarrollo del área de estudio.	38
1.3.5	Requisitos legales que debe cumplir para obtener el permiso de funcionamiento:	39
1.3.5.1	Documentos legales requeridos.	40
1.3.5.2	Obligaciones Tributarias.	41
1.3.6	Actividades tradicionales de la población del cantón Santa Elena. ..	41

1.3.6.1	Comercio en General.	41
1.3.6.2	Turismo.	42
1.3.6.3	Pesca.	42
1.3.6.4	Industria.	42
1.3.6.5	Agricultura.	42
1.3.7	Procedencia de las chivas turísticas.	43
1.4	FUNDAMENTACIÓN LEGAL.	44
1.4.1	Constitución de la República del Ecuador.	44
1.4.2	Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir-2013-2017	45
1.4.3	Código Orgánico de la producción, comercio e inversión.	46
1.4.4	La Ley de Compañías.	47
1.4.5	Ley de Transporte.	48
1.4.6	Ley de Turismo.	49
	CAPÍTULO II.....	50
	METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.	50
2.1	DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.	50
2.2	MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.	50
2.2.1	Por el nivel.	51
2.2.1.1	Investigación Descriptiva.	51
2.2.2	Por el lugar.	52
2.2.2.1	Investigación Documental.	52
2.2.2.2	Investigación de Campo.	52
2.3	MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.	52
2.3.1	Método Deductivo.	53

2.4	TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.....	53
2.4.1	Observación.....	53
2.4.2	Encuesta.	54
2.4.3	Entrevista.....	54
2.5	INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.	54
2.5.1	Cuestionario.	55
2.6	POBLACIÓN Y MUESTRA.	55
2.6.1	Población.....	55
2.6.2	Muestreo.....	56
2.7	PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.	57
	CAPÍTULO III.....	59
	ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	59
3.1	ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.....	59
3.1.1	Resultados de las encuesta aplicadas a los habitantes del cantón Santa Elena. 60	
3.2	CONCLUSIONES.	75
3.3	RECOMENDACIONES.	76
	CAPÍTULO IV	77
	CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE RECORRIDO TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA.	77
4.1	JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.	77
4.2.	IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA RESPONSABLE DEL PROYECTO.....	78
4.2.1	Datos de la empresa.	78

4.2.2 Logotipo de la empresa.....	79
4.2.3 Lema o Slogan de la empresa.....	79
4.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO.....	79
4.3.1 Responsable/socios del proyecto.....	81
4.3.2 Actividad turística económica.....	82
4.4 ANÁLISIS SITUACIONAL.....	82
4.4.1 Macro localización.....	82
4.4.2 Micro localización.....	83
4.5 OBJETIVOS.....	85
4.5.1 Objetivo General.....	85
4.5.2 Objetivos Específicos.....	85
4.6 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.....	86
4.6.1 Misión.....	86
4.6.2 Visión.....	86
4.6.3 Principios y valores.....	86
4.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.....	87
4.7.1 Organigrama.....	87
4.7.2 Descripción del Organigrama.....	89
4.7.2.1 Junta General de Accionistas.....	89
4.7.2.2 Consejo de Administración.....	89
4.7.2.3 Consejo de vigilancia.....	90
4.8 SERVICIOS A OFRECER DENTRO DE LA COMPAÑÍA TOUR SPONDYLUS.....	104
4.8.1 Servicio.....	104

4.8.2 Beneficios del servicio.....	104
4.9 ESTUDIO DE MERCADO.....	105
4.9.1 Segmentación de Mercado.....	105
4.9.2 Determinación de la población objetivo.....	105
4.9.3 Proyección de la demanda.....	106
4.9.4 Análisis de la oferta.....	107
4.10 ANÁLISIS CON LA HERRAMIENTA FODA.....	108
4.10.1 Fortalezas.....	108
4.10.2 Debilidades.....	109
4.10.3 Oportunidades.....	109
4.10.4 Amenazas.....	109
4.11 ESTUDIO TÉCNICO.....	109
4.11.1 Infraestructura de la Empresa.....	109
4.11.2 Capacidad Instalada.....	110
4.11.3 Tamaño.....	111
4.12 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS.....	111
4.12.1 Diagrama de flujos de los Procesos.....	112
4.13 ESTUDIO FINANCIERO.....	113
4.13.1 Inversión Inicial.....	113
4.13.2 Capital de Trabajo.....	114
4.13.3 Financiamiento.....	116
4.13.4 Aportación de los Accionistas.....	117
4.13.5 Amortización de la Deuda.....	118
4.13.6 Proyección de Ingresos.....	118

4.13.7 Gastos Operativos Proyectados.....	121
4.13.8 Depreciaciones.	122
4.13.9 Estado de resultado proyectado.....	124
4.13.10 Flujo de efectivo y flujo de caja libre.....	125
4.13.11 Balance General Proyectado	126
4.13.12 Punto de Equilibrio.	127
4.14 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.	128
4.14.1 Tasa de Descuento.....	128
4.14.2 Valor Actual Neto (Van).....	128
4.14.3 Tasa Interna de Retorno.	128
4.14.4 Criterios del Método TIR.	129
4.14.5 Período de recuperación de la Inversión.	129
4.15 Impacto Ambiental.....	130
CONCLUSIONES.	131
RECOMENDACIONES.	132
BIBLIOGRAFÍA.....	133
ANEXOS.....	135

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA N° 1 Población	55
TABLA N° 2 Muestra estratificada.....	57
TABLA N° 3 Género de los encuestados.....	60
TABLA N° 4 Edad de los encuestados.	61
TABLA N° 5 Nivel Socio-económico.	62
TABLA N° 6 Frecuencia de viajes.....	63
TABLA N° 7 Lugares Atractivos.....	64
TABLA N° 8 Satisfacción Transporte Público.	65
TABLA N° 9 Medio de transporte.	66
TABLA N° 10 Sectores turísticos.	67
TABLA N° 11 Lugares de distracción.	68
TABLA N° 12 Expendir bebidas alcohólicas.....	69
TABLA N° 13 Ruta turística.....	70
TABLA N° 14 Tiempo de uso del servicio.	71
TABLA N° 15 Viajes en chivas.	72
TABLA N° 16 Empresa de chivas divertidas.....	73
TABLA N° 17 Precio del servicio.....	74
TABLA N° 18 Activos Fijos.....	113
TABLA N° 19 Activos Intangibles	114
TABLA N° 20 Capital de Trabajo.....	115
TABLA N° 21 Inversión Inicial	116
TABLA N° 22 Financiamiento	117
TABLA N° 23 Aportación de los Accionistas.	117
TABLA N° 24 Tabla de Amortización	118
TABLA N° 25 Ingresos Proyectados.	119
TABLA N° 26 Demanda proyectada.	119
TABLA N° 27 Rol de Pago.....	120
TABLA N° 28 Gastos Generales Administrativos.....	121

TABLA N° 29 Gastos de Ventas.....	122
TABLA N° 30 Depreciaciones.....	123
TABLA N° 31 Estado de resultado proyectado	124
TABLA N° 32 Flujo de efectivo	125
TABLA N° 33 Flujo de caja libre.	125
TABLA N° 34 Balance General Proyectado.....	126
TABLA N° 35 Punto de Equilibrio.....	127
TABLA N° 36 Período de recuperación de la Inversión.....	129

ÍNDICE DE GRÁFICOS

GRÁFICO N° 1 Actividades de un estudio de mercado.....	19
GRÁFICO N° 2 Estudio de la Demanda	20
GRÁFICO N° 3 Ubicación Satelital.....	28
GRÁFICO N° 4 Ubicación de parroquias del cantón Santa Elena.....	44
GRÁFICO N° 5 Género de los encuestados.	60
GRÁFICO N° 6 Edad de los encuestados.....	61
GRÁFICO N° 7 Nivel Socio – económico.	62
GRÁFICO N° 8 Frecuencia de viajes.....	63
GRÁFICO N° 9 Lugares Atractivos.....	64
GRÁFICO N° 10 Satisfacción Transporte Público.	65
GRÁFICO N° 11 Medio de transporte.	66
GRÁFICO N° 12 Sectores turísticos.	67
GRÁFICO N° 13 Lugares de distracción.....	68
GRÁFICO N° 14 Expendir bebidas alcohólicas.....	69
GRÁFICO N° 15 Rutas Turísticas.	70
GRÁFICO N° 16 Tiempo de uso del servicio.....	71
GRÁFICO N° 17 Viajes en chivas.	72
GRÁFICO N° 18 Empresa de chivas divertidas.	73
GRÁFICO N° 19 Precio del servicio.....	74
GRÁFICO N° 20 Logotipo	79
GRÁFICO N° 21 Recorridos de las Rutas: Segunda Ruta.....	80
GRÁFICO N° 22 Macrolocalización.....	82
GRÁFICO N° 23 Micro localización	83
GRÁFICO N° 24 Ubicación Montañita.....	84
GRÁFICO N° 25 Estructura Organizacional	88
GRÁFICO N° 26 Distribución de la Empresa	110
GRÁFICO N° 27 Flujo grama de los Procesos.....	112
GRÁFICO N° 28 Punto de Equilibrio	127

ÍNDICE DE CUADROS

CUADRO N° 1 Variable Independiente: Estudio de factibilidad	9
CUADRO N° 2 Variable Dependiente: Actividades Turísticas Santa Elena	10
CUADRO N° 3 Ingreso de divisas por concepto de turismo	34
CUADRO N° 4 Métodos de factores ponderados para decisión de ubicación de la planta	81
CUADRO N° 5 Niveles del Organigrama.....	87
CUADRO N° 6 Proyección de Demanda.....	107
CUADRO N° 7 Demanda Insatisfecha	108
CUADRO N° 8 Capacidad Instalada	110

ÍNDICE DE ANEXOS

- ANEXO N° 1 Formulario de Encuesta
- ANEXO N° 2 Fotografías de parada
- ANEXO N° 3 Fotografías de parada
- ANEXO N° 4 Fotografías de parada
- ANEXO N° 5 Fotografías de parada
- ANEXO N° 6 Sitios Turísticos de la Provincia de Santa Elena
- ANEXO N° 7 Ubicación Santa Elena Calle Sucre y 18 De Agosto -
Oficinas de la Empresa Cía. Tour Spondylus
- ANEXO N° 8 Fotografías
- ANEXO N° 9 Partes del Vehículo
- ANEXO N° 10 Recepción de Requisitos RPO
- ANEXO N° 11 Formulario de Solicitud de Operación
- ANEXO N° 12 Formulario de solicitud para Constitución Jurídica
- ANEXO N° 13 Plan de Acción
- ANEXO N° 14 Carta Aval
- ANEXO N° 15 Certificado de Gramatólogo

INTRODUCCIÓN

El turismo en la provincia de Santa Elena es reconocido a nivel nacional e internacional por ser un lugar acogedor, pues cuenta con riquezas naturales, miradores turísticos, museos, lugares de diversión, entre otros y por la amabilidad con la que se caracterizan sus habitantes. El cantón tiene 3.880 kilómetros cuadrados de extensión y 144.076 habitantes, de ellos 64.446 son hombres y 61.825 mujeres. En el área urbana y rural albergan destinos turísticos reconocidos donde existe una amplia gama de lugares que vinculan sus atractivos culturales con los naturales.

En la ciudad de Santa Elena existen muchos sectores que visitar y han sido descuidados y olvidados por personas residentes de la misma ciudad y comunidad; y poco conocidos por los turistas nacionales de otras ciudades y extranjeros.

Sin embargo, hay muchos lugares turísticos que no han sido explotados; como por ejemplo el Mirador Turístico El Tablazo, el cual no ha sido aprovechado en su totalidad, puesto que hay la necesidad de ampliar y variar los servicios y productos que ofrecen a medida que pasa el tiempo.

Por aquello el servicio que se prestará busca resolver una necesidad en el mercado dado que se encontró una oportunidad de negocio no existente como es el servicio de transportación, diversión y aventura en chivas turísticas, el mismo que está dirigido a los turistas nacionales y extranjeros, logrando así impulsar el crecimiento socio-económico, creando grandes beneficios para la Provincia de Santa Elena.

La propuesta está compuesta de cuatro capítulos:

En el Capítulo I, el Marco Teórico, los criterios de autores sobre la variable independiente y dependiente, analizando la organización y económico del sector geográfico donde se desarrollará las actividades de la empresa, además el diagnostico de los aspectos tradicionales de la población

En el Capítulo II, la Metodología de la Investigación, contiene el diseño de la investigación, utilizando los métodos inductivo y deductivo, las diferentes modalidades de la investigación, por el propósito, por el lugar y por el nivel. Utilizando los procedimientos de la investigación mediante los instrumentos tales como la encuesta.

En el Tercer Capítulo III, La presentación de los resultados, los análisis e interpretación de las encuestas aplicadas a la población con respecto al servicio de transporte turístico de las chivas.

Finalmente el Capítulo IV, contiene la propuesta “CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE RECORRIDO TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA”, mediante un diagnostico general de la situación geográfica y de tradiciones de las actividades que tienen el cantón, además el estudio de mercado donde se establece la demanda y oferta de los diferentes servicios que ofrecerá la Empresa, el estudio técnico que servirá para identificar la localización y funcionamiento de la misma, además el estudio y evaluación financiera que radica en la factibilidad de ejecutar la propuesta.

MARCO CONTEXTUAL DE LA INVESTIGACIÓN

TEMA

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE RECORRIDOS TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN EL CANTÓN DE SANTA ELENA, PROVINCIA SANTA ELENA.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Planteamiento del Problema.

El turismo tiene un papel importante en la economía de un sector o población, además el traslado de los visitantes o turistas de una forma eficaz y eficiente para que este satisfecho en las distintas actividades turísticas que realiza en la zona. Sin embargo con lo anterior expuestos es necesario promover una alternativa de diversión ofertándolo como servicios mejorando la calidad de la visita en la provincia.

Es necesario identificar los diferentes problemas que se suscitan en el transporte turístico tales como: incumplimiento de las condiciones ofrecidas, retrasos, incumplimiento contractual, cancelación, reprogramación, sobreventa, entre otros. Esto provoca la incomodidad de los turistas, su insatisfacción de cumplir con el deseo de divertirse en visitas turísticas a la provincia. El incremento de la actividad turística, ha sido propia para desarrollar medios de transporte, entonces esta creciente demanda ha permitido potenciar el servicio de transporte y mejorar la calidad de estos.

La provincia de Santa Elena un gran atractivo a nivel mundial por su riqueza natural como las distintas playas acogedoras entre demás lugares como museos, parques, discotecas, entre otros, tiene gran demanda de turistas cada año, y la

transportación pública aprovecha los feriados para llevar a cada turista a los distintos lugares turísticos que posee la provincia de Santa Elena.

Una gran cantidad de turistas al momento de moverse accede al servicio de transporte público, pero en su gran mayoría se le es incómodo moverse tranquilos y seguros en este medio. El acceso a cada lugar turístico en estos medios de transporte es mucho más difícil puesto que estos no llegan al sitio de referencia y más aún en época de feriado pues la movilización es más incómoda por lo que los vehículos públicos tienen demanda masiva.

Por lo cual se propone esta nueva alternativa de recorridos turísticos en chivas, ya que este tipo de transportes no existe en la provincia. Con la factibilidad de este proyecto se pretende realizar una adecuada investigación acerca de las necesidades de los turistas potenciales, creando en la mentalidad de la gente esta innovadora alternativa.

Delimitación del Problema.

Propuesta: ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE RECORRIDOS TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS.

Campo: Desarrollo Empresarial.

Área: Creación de Negocios.

Aspecto: Económico.

Beneficiarios: Los accionistas de la Empresa “TOURS SPONDYLUS”.

Período: 2014-2015.

Formulación del Problema.

¿Qué incidencia tendrá el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas?

Sistematización del Problema.

- ¿Qué es un estudio de factibilidad?
- ¿Cuántas etapas tiene un estudio de factibilidad?
- ¿Cuáles son las características del mercado turísticos?
- ¿Qué efectos ocasiona la creación de una empresa de servicios de recorrido turísticos en chivas divertidas en el cantón Santa Elena?

Evaluación del Problema.

Evidente: Con los resultados obtenidos en el estudio de mercado, se establece la oferta y demanda de los servicios turísticos y en especial los recorridos en chivas Turísticas.

Concreto: Esta propuesta se desarrolla en base a la creación de una empresa de servicios de recorrido turísticos en chivas divertidas.

Original: El proyecto es original porque hace énfasis a la creación de unas empresas que prestará servicios de recorrido turísticos en las rutas e itinerarios en las diferentes partes del cantón Santa Elena.

Factible: La propuesta tiene características de un estudio de mercado, técnico, y financiero que simulan la empresa, con una evaluación de punto de equilibrio que permite sustentar económicamente este nuevo servicio turístico.

Relevante: Esta propuesta es relevante debido al cambio de la matriz productiva del país, porque impulsa el turismo, y fomenta el desarrollo económico de la provincia de Santa Elena.

Justificación del tema.

En la actualidad la provincia de Santa Elena posee un territorio variado que va desde los diversos atractivos naturales como montañas, cascadas, playas, ecología, sus museos, artesanía que ha contribuido a que la actividad turística aumente significativamente en el cantón.

Debido a la creciente demanda de servicios turísticos para la provincia de Santa Elena es necesario que la urbe cuente con proyectos que impulsen los destinos y atractivos naturales, turísticos, recreacionales y tradicionales de la Provincia.

En todo lugar donde hay una promoción turística aceptable, existen los denominados tour que son paseos guiados dentro de la región que integran las costumbres y la cultura urbana de una población con la distracción y esparcimiento de una vista turística.

Un atractivo de carácter turístico que llama la atención de los visitantes, no podría desarrollarse como una zona de turismo si carece de infraestructura y no es accesible a los medios de transporte por tal razón una actividad turística en una zona debe tener las siguientes características: trazado de líneas de carreteras de primera y segundo orden, autopistas, rutas férreas, rutas aéreas y rutas marítimas; esto marcará la aceptación positiva o negativa como un destino turístico, porque depende de su infraestructura para que sean los turistas quienes juzguen el potencial del mismo. Frente a esta situación es pertinente realizar un estudio de factibilidad que permita a las autoridades enfrentar los desafíos del futuro para poder cumplir con los objetivos de los accionistas.

Es entonces que nace la idea de crear una empresa de transporte turístico que provea una diversión como alternativa turística, siendo un plus que le da el valor agregado al servicio ofertado. Para los diferentes viajes programados por caminos trazados con anticipación con buses tipo HINO estilo de chivas con capacidad de 40 personas.

Cada vehículo será operado por un conductor o chofer con experiencia mínima de 10 años en el volante y que posea licencia profesional Tipo (E). Con una permanente actitud de respeto y preocupación ante los requerimientos de los clientes, internos, y externos y los visitantes, está orientada la calidad del servicio ofreciendo la excelencia en los procesos, productos y servicios cumpliendo con las expectativas de los clientes en cuanto a tiempo, costo, calidad y eficiencia.

Objetivos.

Objetivo General.

- Crear una empresa de servicio de recorridos turísticos chivas divertidas, mediante un estudio de factibilidad determinando elementos financieros que permitan su implementación en el cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

Objetivos Específicos.

- Fundamentar teóricamente los criterios y definiciones de un estudio de factibilidad determinando elementos financieros en función de las actividades de una empresa de recorridos turísticos de chivas divertidas en el cantón Santa Elena.
- Establecer los instrumentos de investigación, considerando la operacionalización de las variables para identificar la situación actual del transporte de recorridos turísticos.

- Efectuar una investigación de campo a través de las técnicas de recopilación de información y presentarla para el respectivo análisis e interpretación mediante tablas y gráficos de las encuestas realizadas.
- Establecer las diferentes etapas del estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicios de recorrido turísticos en chivas divertidas.

Hipótesis.

¿El estudio de factibilidad, para la creación de una empresa de servicio permitirá mejorar las actividades turísticas del Cantón Santa Elena, en chivas divertidas?

Variable Independiente.

- Estudio de Factibilidad para la creación de una empresa.

Variable Dependiente.

- Actividades turísticas del cantón Santa Elena.

Operacionalización de las variables

CUADRO N° 1 Variable Independiente: Estudio de factibilidad

HIPÓTESIS	VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	UNIDAD DE OBSERVACIÓN
Con el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio permitirá mejorar las actividades turísticas del cantón Santa Elena en chivas divertidas	Estudio de factibilidad para la creación de una empresa	Un proceso realizado por la empresa mediante una estructura de mercado, técnico y financiero para la obtención de información sobre las personas, entidades y relaciones que intervienen en el mercado en el que la empresa ofrece su producto o servicio	Estructura de Mercado	Oferta	¿Cómo se realiza un estudio de mercado?	Libros	Bibliografía	Biblioteca Virtual
				Demanda				
			Estudio Técnico	Tamaño	¿Cómo se desarrolla un estudio técnico?	Entrevista	Formulario	Autoridades
				Capacidad				
			Estudio Financiero	Financiamiento	¿Cuáles son los estados financieros?	Libros	Cuestionario	Expertos
				Evaluación				
			Empresa	Clases	¿Cómo se realiza la creación de una empresa?	Libros- Leyes- Códigos	Bibliografía	Biblioteca Virtual
				Requisitos				
			Producto o Servicios	Precio	¿Qué producto o servicio se pretende ofrecer?	Encuesta	Cuestionario	Menores de Edad
				Comercialización				

Fuente: Recopilación Bibliográfica
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

CUADRO N° 2 Variable Dependiente: Actividades Turísticas del cantón Santa Elena

HIPÓTESIS	VARIABLES	CONCEPTUALIZACIÓN	CATEGORÍAS	INDICADORES	ITEMS	TÉCNICAS	INSTRUMENTOS	UNIDAD DE OBSERVACIÓN
Con el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio permitirá mejorar las actividades turísticas del cantón Santa Elena en chivas divertidas	Actividades Turísticas del cantón Santa Elena	El cantón Santa Elena se beneficia de una ubicación geográfica que genera diversas actividades que explotadas sirven para el sustento económico de las familias en el sector turístico aprovechando el servicio de chivas turísticas.	Características geográficas	Ubicación Geográfica	¿Cuáles son las características geográficas del Cantón Santa Elena?	Encuesta	Formulario	Usuarios
				Actividades productivas				
			Análisis Económico	PIB	¿Cómo se realizan el análisis económico de un sector productivo?	Entrevista	Cuestionario	Choferes
				Inflación				
			Turismo	Actividades tradicionales	¿Cuáles son las actividades tradicionales más comunes en el cantón Santa Elena?	Entrevista	Formulario	Experto
				Comercio				
			Chivas Turísticas	Rutas	¿Cuáles son los recorridos y rutas que realizan las chivas turísticas?	Encuesta	Cuestionario	Usuarios
				Recorridos				

Fuente: Recopilación bibliográfica
 Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

CAPÍTULO I

MARCO TEÓRICO.

1.1.ANTECEDENTES DEL TEMA

1.1.1 Transportes de chivas a nivel nacional en la actualidad.

El Ministerio de Turismo en una publicación del 2010, informa que el Ecuador, desde hace décadas por sus bellezas naturales, su cultura y el clima muy agradable se han constituido para los turistas en un destino atractivo. Durante el gobierno del presidente Galo Plaza Lasso (1948 – 1952) que se dio la primera promoción oficial de turismo, creándose una oficina de turismo.

El desarrollo de las actividades turísticas no solo genera riqueza económica, sino también favorece la revalorización cultural y un sentimiento de orgullo de ser nativo.

Las famosas bandas de pueblo siempre fueron parte de la tradición del Ecuador hasta la idea de fusionar un regular tour por las ciudades con la música nacional. Es así como nacen las coloridas CHIVAS.

Lo llamativo de todo esto era la oportunidad de disfrutar de un recorrido por nuestras calles y admirar los bellos atractivos turísticos y culturales en las chivas culturales con guías profesionales para una clara explicación del inmenso patrimonio que posee la capital del país.

Según el Ministerio de Turismo las chivas, aunque no hayan sido parte de las tradiciones culturales, actualmente son el medio más conocido, agradable, sano y divertido de realizar rutas turísticas en la ciudad de Quito y otros lugares del país.

1.1.2 Transportes de chivas a nivel provincial y local.

El turismo es un sector con gran incidencia en la economía de los países, sin embargo, la sostenibilidad y el éxito de la actividad radican en la calidad de los destinos que se ofrecen y en el nivel de satisfacción que la experiencia brinda al turista y también a la población provincial.

A nivel de las provincias del Ecuador este tipo de servicio si existen como por ejemplo en la costa se tiene a la ciudad de Guayaquil, y Sierra en la ciudad de Baños, entre otros, donde existe atractivos turísticos con una gran demanda.

El turismo en el cantón Santa Elena es una de las actividades económicas más importante ya que genera empleo cooperando en la reducción de la pobreza y es la forma de relacionar las distintas culturas siendo el camino viable para el desarrollo económico y social del cantón, no cuenta con el servicio de transportación en chivas turísticas, ya que carece de escasos recursos económicos de los habitantes, escasa iniciativa de las instituciones públicas y limitados conocimientos de proyectos innovadores.

Considerando que la principal visita de turista es por sus grandes atractivos turísticos, es así que se debe de aprovechar este potencial para crear servicios complementarios como transportes de recorridos turísticos.

1.1.3 Reseña histórica del cantón Santa Elena.

En la antigua población de Santa Elena, desde la prehistoria, fue la capital de la península del mismo nombre. Antes del descubrimiento se llamó Sumpa cuyo adjetivo que en la lengua Chimú significa punta. El conquistador Francisco Pizarro descubrió la península de Santa Elena, pero en realidad Pizarro pasó a la historia como el conquistador de esta parte del Océano Pacífico, pero fue Bartolomé Ruiz gran piloto del mar del sur, quién descubrió y exploró las costas

del litoral ecuatoriano, por lo tanto, no existe documento que otorgue a Pizarro el mérito del descubrimiento geográfico de la península de Santa Elena.

El día 18 de Agosto de 1531 Francisco Pizarro desembarcó en el balneario de Ballenita (se llama así porque habían muchas ballenas) pisando por primera vez tierras sudamericanas. Seguidamente tomó posesión a nombre de los Reyes de España y lo llamó Santa Elena, porque ese día es la Emperatriz Santa Elena.

Para ese entonces Pizarro pasó luego a la población de Santa Elena que los antiguos pobladores la llamaban SUMPÁ, cuyos antepasados era de aspecto alegre y de mucha actividad. Muchos españoles se quedaron a vivir en Santa Elena, disfrutando del buen clima, del agua medicinal de sus pozos y de una vida tranquila. El español Francisco Pizarro estuvo en 1532 en las costas de Manabí, descubiertas por Bartolomé Ruiz. De Portoviejo a caballo y junto a sus soldados, pasó a Colonche y de allí a Santa Elena y Puna. El mapa que traza la ruta por tierra de Pizarro por la península, se encuentra publicado en el libro "Hacia la verdadera historia de Atahualpa "del autor Luis Andrade".

1.1.4 Historia de la creación del cantón Santa Elena.

El reconocimiento de Santa Elena en la calidad de Villa, fue dado por el Libertador Simón Bolívar y ratificado por el patriota Guayaquileño Sr. Don Vicente Rocafuerte el 22 de enero de 1839, cuando ejercía las funciones de primer Magistrado de la República dando a la vez el decreto Oficial como cantón.

Este personaje como primer mandatario que le tocaba al país obedecer la disposición legal preliminar en la época de la Gran Colombia, por la cual era necesario dispensar los privilegios a los lugares erigidos en Villas, como era en el caso de Santa Elena otorgándole el reconocimiento "De la antigüedad de su nombramiento que debe considerarse desde la fecha en que la recordada Ley del 25 de Junio de 1824 le dispensó aquella gracia".

1.1.5 Antecedentes históricos de las chivas turísticas.

Estos vehículos nacieron en 1908 cuando un grupo de empresarios antioqueños importó el chasis de un bus pullman desde Estados Unidos y allí en Antioquia, se fabricaba la carrocería. De las manos del ingeniero Luciano Restrepo y el mecánico Roberto Tiznés, se armó el primer bus con ruta desde el centro hasta el barrio El Poblado de Medellín.

Para 1927, la apariencia de estos vehículos jugaba un papel importante en la venta del producto agrario de los campesinos, era su medio de transporte donde llevaban jaulas con gallinas, bultos de café, papa, panela o racimos de plátano.

Los primeros modelos constaban de 4 bancas abiertas en los costados y el techo de lona, pero a través del tiempo fueron sufriendo cambios, hasta llegar a la típica "Chiva Turística" de hoy. Era el año 50 cuando se incorpora la escalera para llevar carga y pasajeros en el capocete o techo y es así como toman el nombre de escalera. La apariencia colorida surge de las normas del Código Nacional de Tránsito que exigía a las empresas de transporte diferenciarse por el color, de los demás vehículos.

Las figuras geométricas, los paisajes y otros dibujos llegaron a cubrir la carrocería artística de ese vehículo tan artesanal que recorre los caminos veredales de toda Colombia. Así, se convierten en las tradicionales "Chivas Turísticas", que a la fecha hacen parte del folclor colombiano y son una insignia de nuestra identidad cultural.

1.2 ETAPAS DEL ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.

1.2.1 Aspectos generales de un estudio de Factibilidad.

Según (Izquierdo, 2011), define al Estudio de Factibilidad como:

“Una alternativa de inversión determinada por el retorno de lo invertido, que cuenta con los medios necesarios para asegurar los resultados esperados, y tiene como base el método científico para sustentar y demostrar la viabilidad del proyecto, con sus componentes: mercado, estudio técnico, financiero, gestión y medio ambiente”. Pág. 42.

Explicando la cita del autor nos indica que sirve para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a ello tomar la mejor decisión, si procede su estudio, desarrollo o implementación.

El éxito de un proyecto está determinado por el grado de factibilidad que se presente en cada una de los tres aspectos anteriores, sin embargo debe considerarse una estructura organizacional que le permita mediante sus procesos, brindar calidad en los servicios que oferta.

1.2.1.1 Estudio de Mercado.

Según (Vargas, 2014), el estudio de mercado es:

“Un proceso realizado por la empresa para la obtención de información sobre las personas, entidades y relaciones que intervienen en el mercado en el que la empresa ofrece su producto o servicio. Una vez obtenida la información se procede a su interpretación y obtención de conclusiones sobre el mercado objeto de estudio”. Pág. 50

Por otro lado (Blanco, 2010) expone que el estudio de mercado determina:

“El espacio que ocupa un bien o un servicio en un mercado específico y busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas u otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante un período de tiempo”. Pág.12.

El autor argumenta que el estudio de mercado define al espacio de las empresas de bienes o servicios que se ponen a la disposición del público consumidor en determinadas cantidades, precio, tiempo y lugar para que, en función de éstos, aquél los adquiera. Así, se describe una oferta individual, una oferta de mercado o una oferta total.

Así mismo (Blanco, 2010), recalca que el estudio del mercado está compuesto por:

“Bloques, buscando identificar y cuantificar, a los participantes y factores que influyen en su comportamiento. Éste busca probar que existe un número suficiente de consumidores, empresas y otros entes que en determinadas condiciones, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo”. Pág.13.

La cita antes mencionada indica que para obtener mejores resultados hay que utilizar herramientas estadísticas para comprobar si el consumidor acepta en determinados factores el negocio o producto.

En tanto que (Meneses, 2010), establece que el objetivo del estudio de mercado es:

“Determinar la factibilidad de crear una empresa identificando si existe o no la demanda de un producto o servicio, además mediante este estudio se establecen las principales características de los consumidores, sus hábitos de consumo, lugares de consumo, preferencia, gustos y requerimientos que tienen las personas con el fin de ofrecer un adecuado servicio”. Pág. 65.

En la ejecución de un proyecto es importante identificar la existencia de la necesidad de satisfacer el servicio de recorridos de transportes mediante chivas divertidas, y es importante planificar los procesos, revisarlos y ejecutar adecuadamente las operaciones.

1.2.1.1.1 Estructura del Mercado.

El estudio de mercado está compuesto por bloques que buscan identificar y medir, a los participantes y los elementos que influyen en su actuación.

Según (Mochon & Becker, 2011), determinan que:

“Los mercados en función de la cantidad de oferentes y demandantes, adoptan diversos formatos los cuales se denominan estructuras de mercado. Es interesante su identificación y comprensión dado que influyen en la formación de precios de los mercados”. Pág. 1

En tanto que (Ordozgoiti & Perez, 2010), menciona que al “analizar la estructura de un mercado determinado, lo que se hace es describir la conducta de los consumidores que lo forman, reflejada en las marcas que adquieren, a qué precio, donde, entre otros”. Pág. 35.

El estudio de mercado busca probar que existe un número suficiente de clientelas, empresas y otros entes que en determinados contextos, presentan una demanda que justifican la inversión en un programa de producción de un bien durante cierto período de tiempo.

1.2.1.1.2 Producto.

El producto es el punto central de la oferta que realiza toda empresa u organización a su mercado meta para satisfacer sus necesidades y deseos, con la finalidad de lograr los objetivos que persigue.

Según (Rivera & Lopez, 2012), el producto es “cualquier bien, servicio o idea que posea valor para el consumidor o usuario y sea susceptible de satisfacer una necesidad o deseo”. Pág. 268.

En tanto que (Staton, 2010), resalta que el producto constituye el “conjunto de atributos tangibles e intangibles que abarcan empaque, color, precio, calidad y marca, más los servicios y la reputación del vendedor; el producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea”. Pág. 76.

Sin embargo (Sapag, 2010), define al producto como “un objeto que se oferta en un mercado con la finalidad de satisfacer las necesidades del consumidor. El producto no material, por su parte, se denomina servicio”. Pág. 79.

Con el conocimiento de los productos y el servicio que se ofrece, el buen manejo de la información de la oferta turística, para satisfacer las necesidades de los visitantes turísticos, sean estos nacionales o extranjeros.

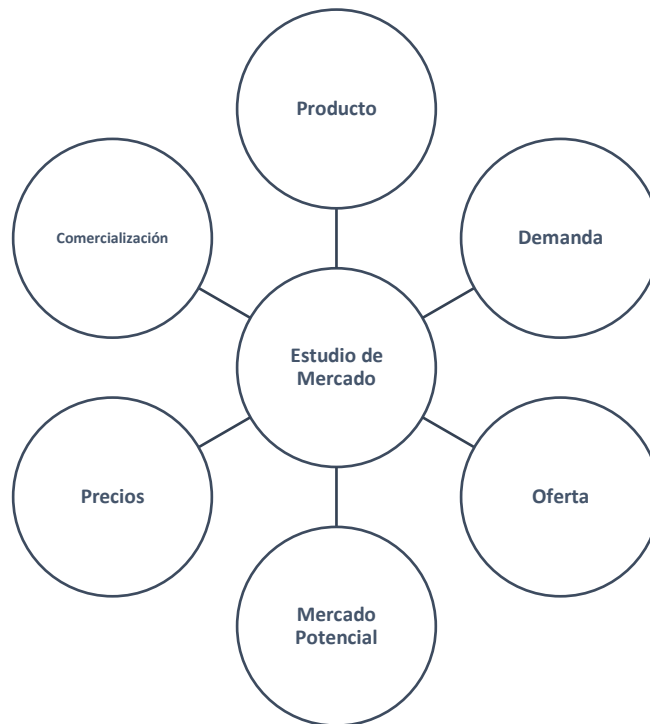
Finalmente (Meneses, 2010), describe que los productos y servicios son:

“El resultado de esfuerzos humanos o mecánicos que causan un hecho, un desempeño o un esfuerzo que involucran generalmente la participación del cliente y que no se puede poseer físicamente, ni transportarlos o almacenarlos, pero que pueden ser ofrecidos para satisfacer las necesidades o deseos de los clientes”. Pág. 89.

Se ha considerado del autor Álvarez Edilberto que para analizar el producto o servicio se deben tomar en consideración los siguientes parámetros:

- Definir el producto o servicio.
- Describir las características del producto o servicio.
- Marca.
- Crear el slogan.
- Diseñar el logotipo del producto o servicio.

GRÁFICO N° 1 Actividades de un estudio de mercado



Fuente: (Meneses, 2010).
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

1.2.1.1.3 Demanda.

Según (Mankiw, 2014), la demanda es “el total de bienes y/o servicios que los compradores o consumidores están dispuestos a adquirir para satisfacer sus necesidades teniendo la capacidad de pago a un precio determinado y en un lugar establecido”. Pág. 158.

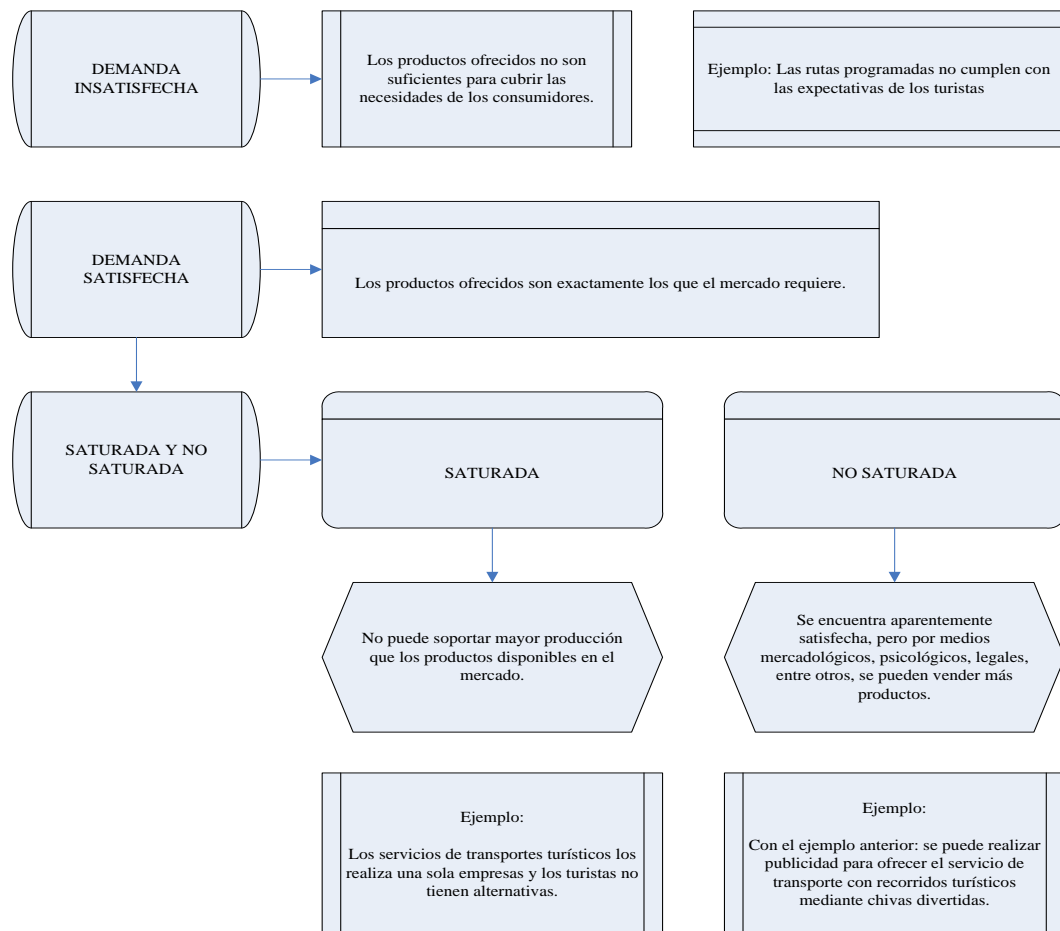
El incremento de la demanda turística, ha sido propicia para desarrollar esta creciente demanda, permitiendo potenciar el servicio de transporte para los recorridos en las chivas divertidas por todas las rutas programadas en la provincia.

En tanto que (Esteban, Garcia, Narros, Olarte, Reinares, & Saco, 2011), definen a la demanda como la “capacidad de un mercado viable ante unos estímulos y esfuerzos de marketing concretos y limitada por las condiciones actuales del entorno”. Pág. 180.

La demanda representa la cantidad de productos que los consumidores están dispuestos a comprar a los posibles precios del mercado y cuyo uso pueda satisfacer parcial o totalmente sus necesidades particulares o pueda tener acceso a su utilidad intrínseca.

Es necesario considerar la no existencia de competencia en el mercado, por lo tanto se hace muy atractivo invertir en esta clase de negocio, definiendo de otros servicios mejorando la calidad del transporte y el cumplimiento de los programas. Estableciendo la demanda del mercado, se podrá conocer las necesidades del sector, para que esta propuesta que está dirigida, tratando de satisfacer los requerimientos que demandan los turistas, sino como la oportunidad de un negocio.

GRÁFICO N° 2 Estudio de la Demanda



Fuente:(Esteban, Garcia, Narros, Olarte, Reinares, & Saco, 2011)
 Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

1.2.1.1.4 Análisis de la demanda.

Según (Casado & Sellers, 2010), el análisis de la demanda supone:

Llevar a cabo tres tipos de tareas fundamentales: medir la demanda, explicar la demanda y pronosticar la demanda. Las tres tareas que integran el análisis de la demanda tienen como principal objetivo un conocimiento fundamentalmente cuantitativo y agregado de la demanda. Pág. 97.

El análisis de la demanda tiene como propósito identificar y medir cuáles son las fuerzas que afectan los requerimientos del mercado con respecto a un bien o servicio, estableciendo la posibilidad de participación del producto en el mercado satisfaciendo la demanda insatisfecha. La demanda se analiza en función de los siguientes factores: la necesidad real que tiene del bien o servicio, el precio, el nivel de ingresos.

1.2.1.1.5 Demanda insatisfecha.

Según (Escudero, 2013), la demanda insatisfecha se produce cuando “el cliente no ha podido adquirir el producto o servicio o, si lo ha comprado, no se encuentra satisfecho con él”. Pág. 39.

En tanto que (Fischer, 2011) define a la demanda insatisfecha como:

“Aquella demanda que no ha sido cubierta en el mercado y que pueda ser cubierta, al menos en parte, por una empresa. La demanda insatisfecha está determinada por la diferencia entre la demanda y la oferta, a través de un análisis comparativo”. Pág. 67.

Se deduce que de acuerdo a un análisis y estudio de mercado, la demanda debe ser mayor a la oferta para obtener resultados favorables de acuerdo al servicio o producto.

1.2.1.1.6 Oferta.

Según (Staton, 2010), define a la oferta como “la cantidad de productos o servicios ofrecidos en el mercado. En la oferta, ante un aumento del precio, aumenta la cantidad ofrecida”. Pág. 97.

En tanto que (Meneses, 2010), menciona que “la oferta está constituida por el conjunto de bienes y servicios que se ofrecen en el mercado en un momento determinado y con un precio concreto”. Pág. 110.

El autor explica estudia las cantidades que suministran los productores del bien que se va a ofrecer en el mercado. La oferta está fallada por los siguientes factores: el monto que ostente el producto en el mercado, los costos que tiene llevar a cabo la producción de ese interés, el tamaño del mercado.

1.2.1.1.7 Análisis de la oferta.

Según (Andrade, 2010), el propósito del análisis de la oferta es:

“Medir las cantidades y condiciones en que se pone a disposición del mercado un bien o un servicio. La oferta, al igual que la demanda, está en función de una serie de factores, cómo es el precio en el mercado del producto o servicio, entre otros. La investigación de campo que se utilice deberá tomar en cuenta todos estos factores junto con el entorno económico en que se desarrolle el proyecto”. Pág. 438.

La oferta y demanda de los servicios, a fin de satisfacer las necesidades y requerimientos de los clientes potenciales, estimando así el riesgo de aceptación en el mercado, mediante una investigación de mercados, el mismo que permite establecer los gustos y preferencias de los usuarios o futuros clientes, además las estrategias.

1.2.1.1.8 Precio.

Según (Lopez, Viscarri, & Machuca, 2010), definen al precio como:

“La cantidad de dinero que se cobra por un producto o servicio. Además es el único instrumento del marketing mix que produce ingresos y el más flexible, ya que puede modificarse a muy corto plazo, a diferencia de los demás elementos del marketing mix”.
Pág. 185.

El precio es la cantidad de dinero (junto con algunos bienes y servicios) que se necesitan para adquirir, en intercambio, alguna clase de producto y sus servicios correspondientes, el precio es importante, porque este determina los niveles de ingresos que la empresa va a recibir por la venta de sus productos durante el tiempo de vigencia.

Los principales objetivos del precio son:

- Tener una gran participación en el mercado.
- Facilitar la adquisición de productos o servicios.
- Ofrecer precios competitivos según situación económica local.
- Incrementar las ventas.
- Maximizar las utilidades

Los factores decisivos y determinantes que se utilizaran para adoptar el precio base del producto son:

- La participación deseada del mercado.
- La demanda y oferta del producto.
- El costo del producto.
- Las regulaciones legales del país.
- Las reacciones de la competencia.

1.2.1.1.9 Comercialización.

Según (Rivadeneira, 2012), la comercialización es “el conjunto de las acciones encaminadas a comercializar productos, bienes o servicios. Estas acciones o actividades son realizadas por organizaciones, empresas e incluso grupos sociales”.

Son las actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto. La cadena de comercialización desde que el producto sale de la fábrica hasta que llega al usuario. Hay muchas modalidades, debe señalar si los productos fabricados por la empresa se van a vender.

- A puerta de fábrica.
- A nivel de mayorista.
- A nivel de minorista.
- A nivel de consumidores C.

La comercialización es el conjunto de actividades relacionadas con la transferencia del producto de la empresa productora al consumidor final y que pueden generar costos para el proyecto.

1.2.1.1.10 Funciones de comercialización.

Según (Rivadeneira, 2012), menciona que “las funciones universales de la comercialización son: comprar, vender, transportar, almacenar, estandarizar, clasificar, financiar, correr riesgos y lograr información del mercado. El intercambio suele implicar compra y venta de bienes y servicios”. A continuación se detallan las principales funciones:

- **Función comprar:** Significa buscar y evaluar bienes y servicios para poder adquirirlos eligiendo el más beneficioso.
- **Función venta:** Se basa en promover el producto para recuperar la inversión y obtener ganancia.
- **Función transporte:** Se refiere al traslado de bienes o servicios necesario para promover su venta o compra de los mismos.
- **La financiación:** Provee el efectivo y crédito necesario para operar como empresa o consumidor.
- **Toma de riesgos:** Soportar las incertidumbres que forman parte de la comercialización.

1.2.1.2 Estudio Técnico.

Según (Miranda, 2010), el estudio técnico supone:

“La determinación del tamaño más conveniente, la identificación de la localización final apropiada y, obviamente, la selección del modelo tecnológico y administrativo idóneo que sean consecuentes con el comportamiento del mercado y las restricciones de orden financiero. Se encamina a la definición de una función adecuada de producción que garantice la utilización óptima de los recursos. De aquí se desprende la identificación de procesos y del equipo, de los insumos materiales y la mano de obra necesarios durante la vida útil del proyecto”. Pág. 118.

El objetivo del estudio técnico es diseñar como se producirán los bienes o servicios, mediante la sistematización de información de productos, estableciendo los requerimientos técnicos del proyecto, como por ejemplo:

- Requerimientos técnicos del proyecto.
- Capacidad productiva de la empresa.
- Donde ubicar la empresa, o las instalaciones del proyecto.
- Los materiales o materia prima que utiliza el producto.
- Que máquinas y procesos usar.

- Que personal es necesario para llevar a cabo este proyecto.

En conclusión el estudio técnico comprende todo aquello que tenga relación con el funcionamiento y la operatividad del propio proyecto, tomando en cuenta los recursos humanos y materiales.

1.2.1.2.1 Tamaño de la estructura de la empresa.

Según (Miranda, 2010), el tamaño del proyecto hace referencia a “la capacidad de producción de un bien o servicio durante la vigencia del proyecto”. Pág. 119.

Determinar el tamaño que deben tener las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos por el proceso de conversión del proyecto.

1.2.1.2.2 Capacidad de la empresa.

Según (Meza, 2013), la capacidad de la planta hace referencia a “la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo”. Pág. 25.

La demanda proyectada a futuro en función al crecimiento poblacional deducida en el estudio de mercado, es un factor determinante para establecer la capacidad de la planta y así determinar las maquinarias, herramientas y el recurso requerido.

1.2.1.2.3 Capacidad instalada.

Según (Meza, 2013), define a la capacidad instalada como “el nivel máximo de producción o de prestación de servicios que los trabajadores con las maquinarias y equipos e infraestructura disponible pueden generar”. Pág. 26. La capacidad

máxima de producción que se alcanzará con los recursos disponibles se da de la siguiente manera:

- Aire acondicionado y calefacción.
- Asientos neumáticos y reclinables.
- Amplitud de espacio entre asientos y en el área interior.
- Accesibilidad a portaequipaje.
- Antideslizante en el piso.
- Basureros.
- Sistema de audio y video.
- Micrófono inalámbrico.

Además estos deben contener elementos de seguridad como: Botiquín de primeros auxilios, caja de herramientas básicas, extintor, triángulos de seguridad, llanta de emergencia, cinturones de seguridad, radio de comunicación.

Los vehículos debe ser sometidos a chequeos mecánicos, estos serán realizados mensualmente por expertos en el tema para garantizar la calidad y seguridad al momento de brindar el servicio. Estos vehículos deben estar categorizados por el número de pasajeros que puedan trasladar, sin dejar de lado de la comodidad y el espacio requerido para el equipaje.

1.2.1.2.4 Localización.

Según (Meza, 2013), el objetivo que persigue la localización del proyecto es: “lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio” Pág. 23.

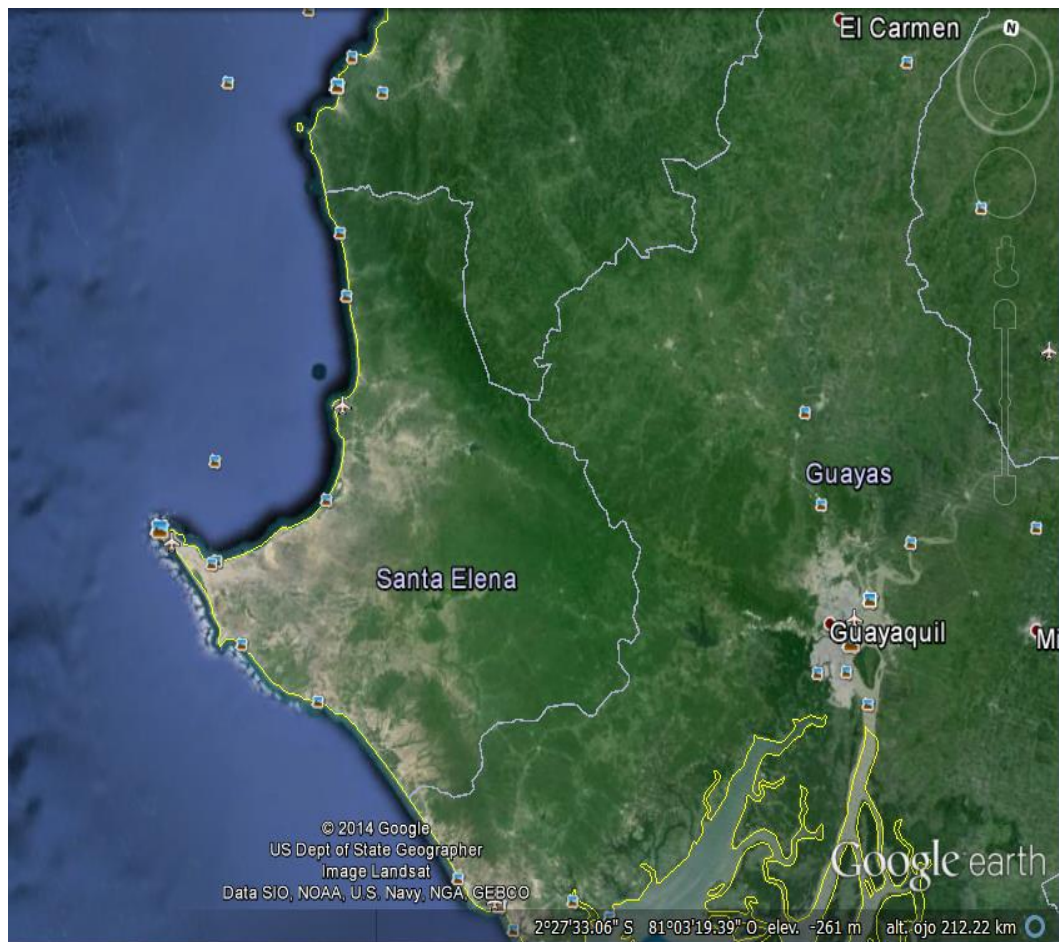
Encontrar la ubicación más ventajosa, para cubrir las exigencias o requerimientos del proyecto, contribuyendo a minimizar los costos de inversión y, los costos y gastos durante el periodo productivo del proyecto.

El estudio comprende la definición de criterios y requisitos para ubicar el proyecto, la enumeración de las posibles alternativas de ubicación y la selección de la opción más ventajosa posible para las características específicas del mismo. La ponderación en la cual se pudo elegir el lugar donde se llevará a cabo la operatividad del proyecto. La selección de alternativas se realiza en dos etapas.

En la primera se analiza y decide la zona en la que se localizara la planta; y en la segunda, se analiza y se elige el sitio, considerando los factores básicos como: costos, topografía y situación de los terrenos propuestos.

La primera etapa se le define como estudio de macro localización y a la segunda de micro localización.

GRÁFICO N° 3 Ubicación Satelital



Fuente: www.googleearth.com
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega.

1.2.1.3 Estudio Financiero.

Según (Meza, 2013), el estudio financiero corresponde a:

“La última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Además se estudian las inversiones y beneficios del proyecto, se analizan las fuentes de financiamiento y se hace un estudio detallado de las proyecciones financieras, cálculo de costos y construcción de flujos de caja, entre otros”. Pág.29.

En tanto que (Casani, Llorente, & Perez, 2009), detalla que el “análisis económico-financiero no debe ser estático, esto es, referido a un solo ejercicio económico, sino que debe considerar un periodo mínimo de varios ejercicios económicos para poder apreciar la evolución que se espera del desarrollo del proyecto”. Pág. 347.

El estudio financiero de un proyecto es un proceso que busca la obtención de la mejor alternativa utilizando criterios universales; es decir, la evaluación la cual implica asignar a un proyecto un determinado valor. Todo lo anterior sirve para la toma de decisiones de inversión y de financiamiento.

De esta forma el criterio de evaluación debe responder a la pregunta de cuál es la mejor alternativa y qué tan productiva es la utilización del recurso capital.

Por otra parte para los costos de producción están formados o constituidos por siete elementos los cuales son: materias primas, mano de obra directa, mano de obra indirecta, materiales indirectos, costos de los Insumos, costos de mantenimiento, cargos por depreciación y amortización.

La inversión se conoce como un gasto a la creación, encaminado a bienes de capital y a la realización de proyectos que se presumen lucrativos.

Este se clasifica en: inversiones tradicionales, inversiones no tradicionales, inversiones en estudios, inversiones en gastos previos a la puesta en marcha.

Al analizar la viabilidad financiera de un proyecto se sistematiza la información monetaria de los estudios precedentes y se analiza su financiamiento con lo cual se está en condiciones de efectuar su evaluación.

1.2.1.3.1 El financiamiento del proyecto.

Se realiza cuando una empresa en particular o un conjunto relacionado de activos funcionan en forma rentable como unidad económica independiente. Es posible que los patrocinadores de tal unidad consideren ventajoso formar una nueva entidad legal para construir, poseer y operar el proyecto.

Si se pronostica una utilidad suficiente, la compañía constituida financia su construcción Basada en la Noción de Proyecto, lo cual implica la emisión de acciones y de valores de deuda diseñados como auto liquidables con los ingresos derivados de las operaciones del proyecto.

Se define como la obtención de fondos para financiar un proyecto separable en el que los proveedores de fondos consideran de manera primordial al flujo de caja como el origen de los servicios de sus préstamos y el rendimiento del capital invertido en el proyecto.

1.2.1.3.2 Características básicas del financiamiento del proyecto.

Un acuerdo por parte de las partes responsables en lo financiero (por lo general en la forma de un contrato para la adquisición de la producción del proyecto) que, al término de tal proyecto y al inicio de las operaciones, se contará con suficiente efectivo que permita satisfacer todos sus gastos de operación y las necesidades de servicio de la deuda.

1.2.1.3.3 Depreciaciones y Amortizaciones.

La depreciación es la parte del estudio financiero que incluye todo lo que se adquirió para la empresa como es el mobiliario y las maquinarias de los distintos departamentos. Esto puede ser depreciado por varios métodos, el más común es el de línea recta

Puesto que la inversión se realiza al principio la amortización no implica un desembolso en efectivo, sino uno contable que permite ir recuperando el capital invertido y tiene efectos fiscales.

Su tratamiento en el flujo de fondos y para el cálculo de las amortizaciones, en los estudios de viabilidad se acepta generalmente la convención de que es suficiente aplicar el método lineal, sin valor residual.

Las cuotas anuales uniformes se determinan como el cociente entre el valor de adquisición o construcción del bien y el número de años de vida útil que se prevé para el mismo. $\text{Cuota anual} = (\text{Valor inicial}) / (\text{Años de vida})$. Criterio contable vs criterio fiscal. Ejemplo del caso de amortización acelerada.

1.3 ACTIVIDADES TURÍSTICAS DEL CANTÓN SANTA ELENA.

De acuerdo a la Constitución Política Nacional la ciudad y el cantón Santa Elena, al igual que las demás localidades ecuatorianas, se rige por una municipalidad según lo estipulado El Gobierno Municipal de Santa Elena es una entidad de gobierno seccional que administra el cantón de forma autónoma al gobierno central.

Está organizada por la separación de poderes de carácter ejecutivo representado por el alcalde, y otro de carácter legislativo conformado por los miembros del concejo cantonal.

El Alcalde es la máxima autoridad administrativa y política del cantón Santa Elena, es la cabeza del cabildo y representante del Municipio.

El cantón se divide en parroquias que pueden ser urbanas o rurales y son representadas por los Gobiernos Parroquiales ante la Alcaldía de Santa Elena.

La ciudad de Santa Elena actualmente tiene una población de apenas 30.000 personas viviendo dentro los límites de la ciudad propia, pero la zona urbana de Santa Elena, La Libertad y Salinas según los resultados del censo del 2010 tiene una población de casi 170.342 habitantes, que son en si el verdadero conglomerado peninsular.

1.3.1 Actividades turísticas.

A 15 km de Salinas. Se presentan formaciones rocosas y acantilados, la playa es apta para practicar natación, jogging, velerismo, vóley ball playero. Además las diferentes actividades turísticas son las siguientes:

- Las playas.
- Los Museos.
- Las Iglesias.
- Las comidas típicas.
- Deportes Extremos.
- Turismo Aventura.
- El Clima.

1.3.2 Características demográficas del cantón Santa Elena.

El portal de la Ilustre Municipalidad de Santa Elena, indica que actualmente la población rural de Santa Elena es más poblada que la urbana debido a que la

mayoría de los peninsulares viven en el corredor E15, más conocido como la ruta del Spondylus¹⁰ o ruta del sol. En ella se pueden apreciar la bien conocida Montañita que se ubica a 50 km de la Catedral de Santa Elena. Ballenita que está a 5 km de Santa Elena es el principal balneario de Santa Elena debido a su corta distancia, mientras los balnearios al norte de Ballenita son conocidos como los pueblos rurales de Santa Elena, pero dentro de la SEM (Santa Elena Metropolitano).

La mayoría de sus habitantes se dedican a la pesca y depende del turismo también. Aparte de Montañita, Olón y Manglaralto son otras playas conocidas dentro del cantón de Santa Elena.

Dentro de la SEM se pueden apreciar servicios de transporte urbano que trasladan a los peninsulares de una parroquia a otra. Están las Rutas Salinas-Montañita, La Libertad-Palmar, Santa Elena-Olón, entre otros El pasaje es de 50 centavos y operan desde las 6 de la mañana hasta las 9 ó 10 de la noche.

El servicio más utilizado es la ruta Santa Elena- La Libertad- Salinas debido a su cercanía y área urbana conectada entre ella como una conurbación.

Según el portal de la IMSE la zona rural tiene más población que la zona urbana, pero en época alta de turismo, básicamente hay una demanda de turistas de diferentes lugares de la ciudad y otros cantones de la provincia y del país. El cantón Santa Elena tiene cinco parroquias rurales.

1.3.3 Análisis económico del cantón Santa Elena.



El turismo es una de las actividades más dinámicas de la economía mundial en el presente siglo, es aliada, compañera inseparable del ambiente, de la concertación y la democracia. Es la actividad económica que, como ninguna otra, permite el cuidado y aprovechamiento integral del patrimonio natural y cultural de los

pueblos y el mejoramiento de la calidad de vida de las personas. El turismo es una de las actividades de servicios con mayores posibilidades de desarrollo en el Ecuador. Su aportación a la generación de empleo local es de suma importancia y su aportación en divisas supera a varios sectores exportadores de los sectores primario e industrial.

Por otro lado, el Ecuador ofrece una amplia gama de oportunidades para el desarrollo de la actividad turística, las posibilidades de inversión son diversas y se relacionan con el turismo de sol y playa, el turismo de naturaleza, los deportes de aventura, el turismo cultural y los viajes de negocios. En especial, la variedad de escenarios naturales y la biodiversidad característicos del país representa una especial motivación para el ecoturismo, que aparece como una promesa y una gran oportunidad de negocio.

Los viajes por turismo de la naturaleza muestran un crecimiento anual entre 25% y 30%, frente al crecimiento anual de 4% en el número de llegadas internacionales a nivel mundial (OMT). El turismo de naturaleza genera 7% del gasto por turismo internacional. El turismo de naturaleza contribuye alrededor de 223 billones de dólares a los ingresos de varios países.

CUADRO N° 3 Ingreso de divisas por concepto de turismo

Estadísticas Turísticas	Ingreso de divisas por concepto de turismo
 <p>849.7 millones de dólares de ingreso por turismo al año 2011</p>	<p>El ingreso de divisas por concepto de turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) ascendió a 849,7 millones de dólares en el año 2011, es decir, 35,69% de incremento con respecto al ingreso registrado en el 2007.</p>  <p>(en millones USD)</p>

Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador
Elaborado por: Ministerio de Turismo del Ecuador

1.3.3.1 PIB del Sector.

El ingreso de divisas por turismo registrado en la Balanza de Pagos (viajes y transporte de pasajeros) ascendió a 849,7 millones de dólares en el año 2011, es decir, 35,69% de incremento con respecto al ingreso registrado en el 2007.

1.3.4 Actividades Turísticas en Santa Elena.

Ayangue:

Es una comuna que se dedica a la pesca y al buceo, hacia el costado izquierdo de esta población se encuentra Playa Rosada, cuya arena tiene una tonalidad rosada que ha adquirido del arrecife coralino.

Manglaralto:

Esta playa, es preferida para reposar y admirar la belleza de los atardeceres. Además se puede practicar deportes de playa, pesca y captura de larvas.

Montañita:

La comuna de Montañita es un balneario multicultural, con turistas de todo el mundo que gozan desde unas lecciones de surf hasta una pizza con camarones.

Olón:

Se realizan caminatas, surf y el Santuario de la Virgen de la Estrella de Mar.

La Caleta:

La particularidad que tiene esta playa es que al frente a esta existe un islote de piedras y que es muy frecuentado cuando baja la marea.

La Rinconada:

Se encuentra ubicado en el Bosque Protector Colonche, posee clima de Bosque Seco Pre-Montano. Entre la fauna existente se encuentran: osos hormigueros, guantas, guatusas, tapires, guacamayos, loros, entre otros.

Chocolatera:

Es el punto más saliente de la provincia de Santa Elena, este lugar este bajo control de las fuerzas armadas, con un horario de atención al público de 08 h 00 a 18h00.

Acuario de Valdivia:

En este acuario que se compone de módulos de cabañas, se encuentra algunas de las variedades acuáticas como peces, crustáceos, anfibios y moluscos así como aves vivas.

Las Iglesias:

- Nuestra Señora de la Emperatriz en Santa Elena.
- Iglesia Ancón.
- Nuestras Señora de las Nubes.
- Santa Catalina de Colonche.
- Santuario Blanca Estrella del Mar.
- Capilla Jesús del Gran Poder.
- Santuario Señor de la Agonía.

Gastronomía:

- Ceviche de Mariscos.

- Arroz con Patacones y Pescado frito.
- Arroz Marinero.
- Arroz con concha.
- Arroz con camarón.
- Encebollado.
- Sopas con Mariscos.

1.3.3.1.1 Inflación.

Los más recientes datos del (Instituto Nacional de Estadísticas y Censo, 2014) señalaron que la tasa de inflación en Ecuador cerró en noviembre en el 0,39 %, inferior al 0,41 % registrado en octubre del 2013. La inflación anual se ubicó entonces en el 2,30 %, en tanto que la acumulada se situó en ese momento en el 2,49 %, de acuerdo al INEC.

De este modo, Ecuador, que tiene la economía dolarizada desde el año 2000, cerró el 2012 con una inflación del 4,16 %, según el INEC. El presidente mencionó que, entre las prioridades de inversión para 2014, habrá 1.728 millones de dólares para el sector productivo en carreteras, agricultura, tecnología, legalización del acceso a la tierra y turismo, entre otros. La inflación de Ecuador en el 2014 será del 3,2 %, indicó hoy el jefe de Estado Rafael Correa en su informe semanal de labores y se calcula un crecimiento real del PIB de 4,5 al 5,1 % que es un crecimiento bastante bueno, superior al de América Latina, superior al histórico", comentó el gobernante.

1.3.3.2 Relación de género en las actividades productivas.

Según el (Consejo de la Salud en el Trabajo, 2010) en su revista Latinoamericana Salud en el Trabajo expresa que “el enfoque de género considera las diferentes oportunidades que tienen los hombres y las mujeres, las interrelaciones existentes entre ellos y los distintos papeles que socialmente se les asignan”. Pág. 37.

Todas estas cuestiones influyen en el logro de las metas, las políticas y los planes de los organismos nacionales e internacionales y por lo tanto, repercuten en el proceso de desarrollo de la sociedad. Género se relaciona con todos los aspectos de la vida económica y social, cotidiana y privada de los individuos y determinan características y funciones dependiendo del sexo o de la percepción que la sociedad tiene de él.

Según el (Departamento Economico y Social, 2010) de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, el género se relaciona con:

“Los rasgos que han ido moldeándose a lo largo de la historia de las relaciones sociales. Las divergencias biológicas son el origen de las que se producen en materia de género, pero los modos en que se determina el papel que desempeñan mujeres y hombres van más allá de las particularidades físicas y biológicas que distinguen a cada sexo”.

Es decir, mientras las disimilitudes en materia de sexo son inmutables, las de género varían según las culturas y cambian a través del tiempo para responder a las transformaciones de la sociedad.

En todas las sociedades, mujeres y hombres desempeñan un rol importante por lo tanto la empresa servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas debe dar las mismas oportunidades en la generación de empleo.

1.3.4 Desarrollo del área de estudio

En el cantón de Santa Elena, a lo largo de su historia se ha caracterizado por la profunda transformación social, económica y cultural asociada a procesos de cambio fundamentales como son la globalización, el avance tecnológico y la transformación organizativa.

El turismo es un fenómeno complejo que comprende una actividad industrial complementada por una producción y oferta de servicios otorgados por organizaciones de carácter público-privadas. Las compañías aéreas, hoteleras, restauradoras, la industria dedicada al entretenimiento y el ocio, las agencias y las organizaciones de destino son interdependientes a la hora de ofrecer un servicio-producto y que muy a pesar que los gobiernos seccionales han impulsado el turismo como un medio de generación de ingresos aún no se logra desarrollar esta área en todo su potencial.

Según (Cabarcos, 2010), el turismo es:

“el conjunto de actividades que realizan las personas durante sus desplazamientos y estancias en distintos lugares diferentes al de su entorno habitual, por un periodo de tiempo consecutivo menor a un año, con fines de ocio, negocios u otros motivos”. Pág. 2.

1.3.5 Requisitos legales que debe cumplir para obtener el permiso de funcionamiento:

- Registro Único de Contribuyente (RUC).
- Presentación de la Cedula de Identidad del representante legal.
- Certificado de votación.
- Copia de una planilla de servicio básico.
- Actividad Comercial que se dedicará.
- Autorización para emitir facturas.

Requisitos para el trámite de permiso de funcionamiento municipal.

- Cuerpo de Bomberos.
- Certificado de Salud.
- Certificado de Servicios de Rentas Internas.
- Pagar derecho de uso de suelo municipal.
- Solicitud del Departamento Comisaria Municipal.

- Permiso de Higiene.
- Balance Contable de la Empresa.
- Certificado del Departamento de medio ambiente.
- Realizar trámite en los departamentos de Catastro y Rentas.
- Sacar copias de todos los documentos que se han tramitado.
- Retornar al Departamento Comisaria por firma del comisario.

Requisitos para el trámite de contratación de un medidor de energía eléctrica.

- Fotocopia de Cédula de Identidad.
- Copia del contrato de arrendamiento de local. Pago de predios urbanos.
- Dirección exacta del usuario que contrata.
- Pago del derecho de inspección.
- Pago de Valores de medidores de 220v.

Requisitos para el Trámite de contratación de agua potable.

- Fotocopia de cedula de identidad.
- Copia del contrato de arrendamiento de local/ pago de predios urbanos.
- Dirección exacta del usuario que contrata.
- Pago de Valor de la instalación de guía.

Requisitos para el trámite de contratación de Línea Telefónica.

- Fotocopia de Cédula de Identidad.
- Dirección exacta del usuario que contrata.
- Pago del valor de la línea.

1.3.5.1 Documentos legales requeridos.

- Permiso de la Agencia Nacional de Tránsito.
- Permiso Municipal.
- Certificado del cuerpo de bomberos.

- Certificado para el suministro de energía eléctrica.
- Contratación para la conexión de agua potable.
- Contratación de una línea telefónica.
- Permiso de Salud.

1.3.5.2 Obligaciones Tributarias.

- Declaración de Impuestos a la Renta de Sociedades.
- Declaración de retenciones en la Fuente.
- Declaración mensual de IVA.
- Actualizar el RUC cada año.
- Elaboración de facturas con los requisitos establecidos por el SRI.
- Facturar a cada uno de los clientes.

1.3.6 Actividades tradicionales de la población del cantón Santa Elena.

El cantón Santa Elena se beneficia de una ubicación geográfica que genera diversas actividades que explotadas sirven para el sustento económico de las familias, entre ellas la pesca, el turismo, el procesamiento de productos del mar, la escasa actividad agropecuaria, los servicios públicos, el comercio formal e informal forman parte de la economía de cada habitante.

1.3.6.1 Comercio en General.

Existen pequeños comerciantes que se han agremiado para su mejor organización. Estos se dedican a la venta en centros comerciales o plazuelas contribuyendo a la economía de la provincia.

El cantón La Libertad es el principal puerto comercial de la provincia de Santa Elena y en los últimos años se ha convertido en un importante sector financiero y bancario. La actividad comercial se realiza mediante los Centros Comerciales

tales como: PASEO SHOPING, SUPERMAXI, AKI, TIA, BUENAVENTURA MORENO, JORGE CEPEDA JACOME, MERCADO DE MARISCOS 6 DE DICIEMBRE, ELIAS VERA, ENTRE OTROS.

1.3.6.2 Turismo.

El cantón Santa Elena por estar ubicado en la línea ecuatorial y frente a las costas del pacífico, presenta la temporada de verano donde la provincia es visitada por distintos turistas provenientes de la sierra ecuatoriana y de cualquier parte del país, así como turistas extranjeros, y la temporada de invierno con turistas exclusivamente de la costa. Los habitantes nativos aprovechan para promocionar una amplia variedad de artesanías, platos típicos, bananas náuticas, bailes populares y discotecas.

1.3.6.3 Pesca.

Por encontrarse frente a las costas del Pacífico, una de las mayores actividades que practican los ciudadanos es la pesca artesanal, haciendo de esta actividad una de sus principales fuentes de ingresos.

1.3.6.4 Industria.

Existen distintos tipos de actividades industriales que se desarrollan en nuestra provincia tales como: procesamiento de productos del mar, procesamiento del petróleo para la obtención de sus derivados, agroindustrias, camaroneras, laboratorios de productos bioacuáticos.

1.3.6.5 Agricultura.

La agricultura en el sector ofrece una amplia gama de productos cultivados los mismos que son comercializados para el consumo nacional así como para las

divisas, esto gracias al Trasvase Daule-Peripa, estructura que permite irrigar amplias zonas agrícolas peninsulares.

1.3.7 Procedencia de las chivas turísticas.

El transporte de las chivas ha sido utilizado de transportes, también conocidos como buses escalera, son autobuses típicos utilizados en Colombia, Ecuador y Panamá adaptados en forma artesanal para el transporte público rural. Se caracterizan por su gran colorido, predominando el amarillo, el azul y el rojo, colores de las banderas nacionales de Ecuador y Colombia.

La chiva tradicional se construye sobre un chasis normal de camión, organizando hileras de bancas anchas de madera, que van de un costado al otro y donde se acomodan tanto personas, como animales y equipajes o mercancías. Un costado del bus está cerrado y la entrada se realiza solo por el otro costado.

En la parte trasera de la chiva se cuenta con una escalera que conduce a la plataforma superior con una parrilla que se usa como bodega de equipaje, en ocasiones.

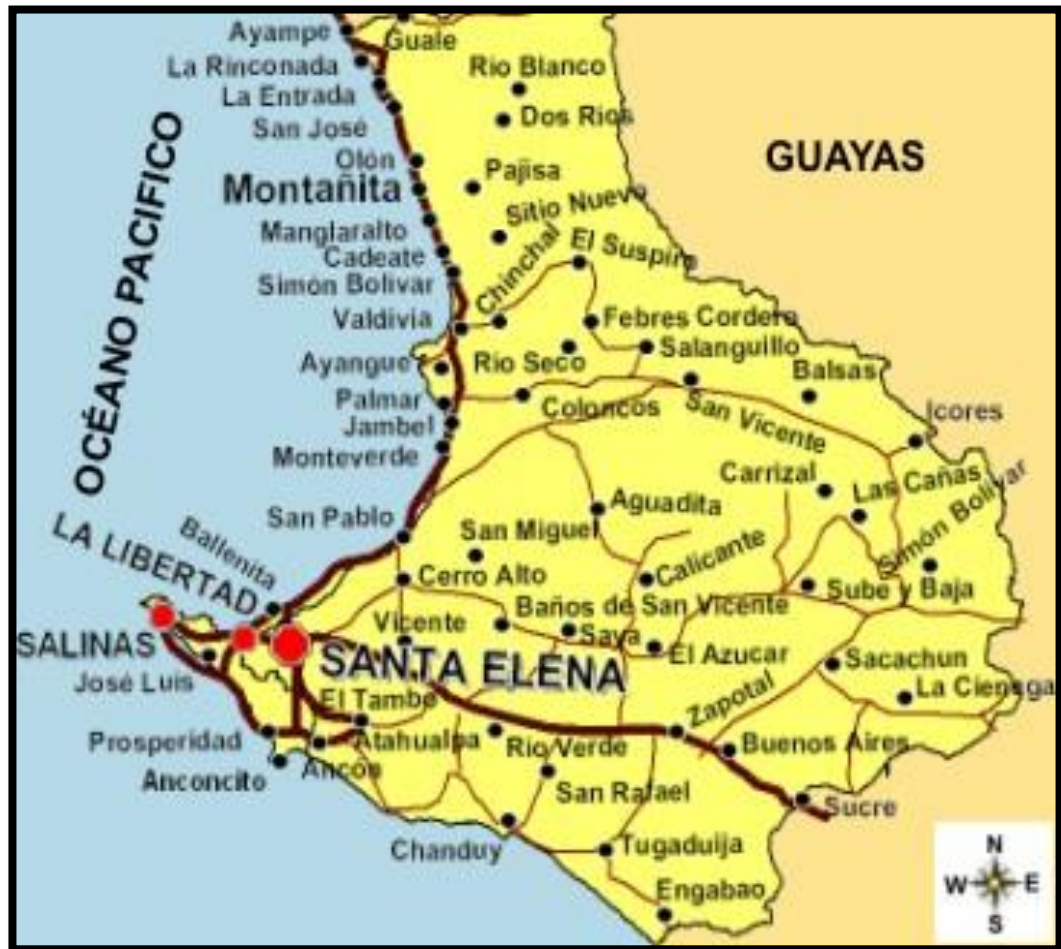
Al principio se utilizaban las chivas tradicionales campesinas para movilizarse entre varias discotecas en una sola noche. Durante el recorrido, una papayera que se hacía en las bancas de atrás proveía la música.

Esto ha evolucionado al punto que en varios partes de Panamá, Ecuador y Colombia se utilizan chivas diseñadas especialmente para ser discotecas andantes, provistas de aparatos de sonido, luces de discoteca, micrófono, pistas de baile y otros accesorios, adaptándolas para el turismo, la diversión y la cultura.

En algunos partes se han diseñado proyectos educativos para niños de escasos recursos las puedan manejar no solo para distraerse, sino también para aprender

como si fuera un salón de clases; allí, los niños recorren y conocen su ciudad aprendiendo, matemáticas, ciencias sociales, español, normas de comportamiento ciudadano, normas de tránsito, entre otros.

GRÁFICO N° 4 Ubicación de parroquias del cantón Santa Elena



Fuente: Plan Estratégico Institucional del cantón Santa Elena, 2010
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

1.4 FUNDAMENTACIÓN LEGAL.

1.4.1 Constitución de la República del Ecuador.

La constitución se basa en reglamentos que ayudan a mantener un orden explicito detallando cada artículo que el ciudadano o empresa debe regirse. La Constitución

del Estado del 2008, efectuada por la Asamblea Constituyente en la provincia de Manabí, determina en el Capítulo 3.

Art. 229.- Las provincias, cantones y parroquias se podrán asociar para su desarrollo económico y social y para el manejo de los recursos naturales.

La creación de una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas representa el crecimiento económico del cantón Santa Elena, explotándose el sector turístico y se podrá generar nuevas fuentes de ingreso para el bienestar de la sociedad.

Explicando el artículo 229, nos indica que la obligación formal y material a leyes de normas jurídicas y derechos nos permiten la garantía del ser individuo como tal la constitución y otras leyes deben atenerse a todas las normativa que emane el estado.

1.4.2 Plan Nacional de Desarrollo del Buen Vivir-2013-2017

La presente tesis se respalda en el Plan Nacional del Buen Vivir, 2013-2017, cuyo objetivo No.8 es “Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible” y en su objetivo No.10 que expresa que se debe impulsar la transformación de la matriz productiva. Referente a la política 8.9 Profundizar las relaciones del Estado con el sector popular y solidario: En su literal j. Fomentar la Asociatividad para el sistema económico popular y solidario organizado y con poder de negociación, en los diferentes encadenamientos productivos donde ejercen su actividad.

En la Política pública del Objetivo 10.3 Diversificar y generar mayor valor agregado en los sectores prioritarios que proveen servicios. En literal b. Fomentar la generación de capacidades técnicas y de gestión de servicios, para mejorar su prestación y contribuir a la transformación productiva, está relacionada con el

literal g. que dice: impulsar al turismo como uno de los sectores prioritarios para la atracción de inversión nacional y extranjera.

En el literal h, también indica que se debe posicionar el turismo consciente como concepto de vanguardia a nivel nacional e internacional, para asegurar la articulación de la intervención estatal con el sector privado y popular, desarrollando un turismo ético, responsable, sostenible e incluyente.

En los desafíos actuales es necesario que se orienten la conformación de nuevos sectores competitivos, sostenibles, sustentables y diversos, promoviendo la inversión privada. El cantón Santa Elena ha alcanzado alto índices de desarrollo pero aún falta impulsar la creación de empresas y el sector turístico es una fuente de ingreso que no se ha explotado en su totalidad; por lo tanto es viable la creación de una empresa que brinde servicios de recorridos turísticos en chivas.

1.4.3 Código Orgánico de la producción, comercio e inversión.

La tesis de creación de una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas se sustenta en el Código Orgánico de la Producción en su Libro II, Título I, Capítulo I, De las Inversiones Productivas en su art. 13, literal a, manifiesta que las inversiones productivas son destinadas a producir bienes y servicios, a ampliar la capacidad productiva y a generar fuentes de trabajo en la economía nacional.

Entre los principios Generales en su art. 17 Trato no discriminatorio “Los inversionistas nacionales y extranjeros, las sociedades, empresas o entidades de los sectores cooperativas y de la economía popular y solidaria en las que estos participan, al igual que sus inversiones legalmente establecidas en el Ecuador, con las limitaciones previstas en la Constitución de la República, gozarán de igualdad de condiciones respecto a la administración, operación, expansión, y transferencias de sus inversiones y no serán objeto de medidas arbitrarias o discriminatorias.”.

Sobre los derechos de los Inversionistas.

El Art. 19.- manifiesta: a. La libertad de producción y comercialización y servicios lícitos, socialmente deseables y ambientalmente sustentables, así como la libre fijación de precios, a excepción de aquellos bienes y servicios cuya producción y comercialización estén regulados por la ley.

1.4.4 La Ley de Compañías.

Según la Ley de compañías en el Art. 2.- Hay cinco especies de compañías de comercio, a saber:

La compañía en nombre colectivo.

La compañía en comandita simple y dividida por acciones.

La compañía de responsabilidad limitada.

La compañía anónima.

La compañía de economía mixta.

Estas cinco especies de compañías constituyen personas jurídicas. La Ley reconoce, además, a la compañía accidental o cuentas en participación.

En el art. 4.- Menciona: el domicilio de la compañía estará en el lugar que se determine en el contrato constitutivo de la misma. Si las compañías tuvieran sucursales o establecimientos administrados por un factor, los lugares en que funcionen éstas o éstos se considerarán como domicilio de tales compañías para los efectos judiciales o extrajudiciales derivados de los actos o contratos realizados por los mismos.

Para que una empresa pueda existir debe de regirse al marco legal vigente, de acuerdo a los reglamentos y resoluciones que existen en nuestro país para la constitución de una compañía anónima, que será la que se va a crear para brindar el servicio de transporte ejecutivo en el cantón Santa Elena.

Art. 59.- Menciona: la compañía en comandita simple existe bajo una razón social y se contrae entre uno o varios socios solidaria e ilimitadamente responsables y otro u otros, simples suministradores de fondos, llamados socios comanditarios, cuya responsabilidad se limita al monto de sus aportes.

La razón social será, necesariamente, el nombre de uno o varios de los socios solidariamente responsables, al que se agregara siempre las palabras “compañía en comandita”, escritas con todas sus letras o la abreviatura que comúnmente suele usarse.

El comanditario que tolerare la inclusión de su nombre en la razón social quedara solidaria e ilimitadamente responsable de las obligaciones contraídas por la compañía.

Es importante destacar que la escritura de constitución de la compañía, se debe presentar al Superintendente de compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de un abogado, la aprobación de la constitución. Esta clase de compañía, se constituirá en la misma forma y con las mismas solemnidades señaladas para la compañía en nombre colectivo.

1.4.5 Ley de Transporte.

Según el art. 3.- Menciona: el estado garantizará que la prestación del servicio de transporte público se ajuste a los principios de seguridad, eficiencia, responsabilidad, universalidad, accesibilidad, continuidad y calidad con tarifas socialmente justas.

Art. 4.- Menciona: es obligación del Estado garantizar el derecho a las personas a ser educadas y capacitadas en materia de tránsito y seguridad vial. Para el efecto se establecen, entre otras medidas la enseñanza obligatoria en todos los establecimientos de educación pública y privada del país en todos los niveles.

1.4.6 Ley de Turismo.

En esta ley se determina el desarrollo y la regulación del sector turístico:

Art. 2.- Menciona: “Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos”.

Art. 5, se consideran actividades turísticas:

- a. Alojamiento.
- b. Servicio de alimentos y bebidas.
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive al transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte.
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones.

CAPÍTULO II

METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.

2.1 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN.

El presente trabajo utilizó un diseño de investigación establecido para clarificar la problemática existente sobre la falta del servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas con la finalidad de identificar cuáles fueron las causas del problema y sus correspondientes consecuencias, se realizó una investigación cualitativa y cuantitativa, en la cual se empleó una investigación descriptiva y documental para su efecto se utilizó el método de la observación, deductivo y análisis.

2.2 MODALIDAD DE LA INVESTIGACIÓN.

Según la (Universidad Experimental Libertador (UPEL), 2010), en su manual de trabajo de grado de especialización, maestría y tesis doctorales, menciona que:

“La modalidad de proyecto Factible, consiste en la investigación, elaboración y desarrollo de una propuesta de un modelo operativo viables para solucionar problemas, requerimientos o necesidades de la organización o grupos sociales; puede referirse a la formulación de políticas, programas, tecnologías, métodos o procesos”. Pág. 16.

Esta metodología es el medio de ejecución, que después de formular la hipótesis y definir los objetivos, se seleccionó la modalidad de estudio idóneo para explicar varias interrogantes que motiva el estudio de investigación y permitiendo la elaboración de la propuesta de la creación de una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas en el cantón de Santa Elena.

La modalidad que se utilizó en este tema es una investigación cualitativa y cuantitativa para determinar el problema, los objetivos y los datos a recoger tienen dos dimensiones.

La investigación cualitativa se la empleó para identificar la naturaleza del problema de la falta de una empresa de servicios de recorridos turísticos en chivas divertidas en la localidad, determinando las características fundamentales del servicio que se pretende ofertar en la empresa de acuerdo a las necesidades del usuario.

La investigación cuantitativa permitió validar la hipótesis, de que en el medio existen usuarios insatisfechos con la falta de chivas divertidas para recorridos turísticos permitiendo identificar la capacidad apropiada de dicha transportación en la empresa de acuerdo a los requerimientos de los turistas.

2.2.1 Por el nivel.

2.2.1.1 Investigación Descriptiva.

Según (Merino, Pintado, & Sanchez, 2010), la investigación descriptiva es “un estudio formal y estructurado que persigue describir que es lo que está ocurriendo en un momento dado”.Pág. 79.

El estudio descriptivo define los acontecimientos que conforman el problema de investigación. Por lo tanto este estudio permite determinar lo siguiente: Estableció las características demográficas para la creación de una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas, identificó las formas de conducta y actitudes de las personas que se hallan en la muestra de la investigación.

2.2.2 Por el lugar.

2.2.2.1 Investigación Documental.

Según (Achaerandio, 2010), la investigación documental es “aquella que consiste en recopilar los datos documentales sobre un tema o tópico determinado; se trata de acudir a la memoria de la humanidad como fuente de información”. Pág. 40.

La investigación documental permitió obtener información relevante y fidedigna de cómo crear una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas.

2.2.2.2 Investigación de Campo.

Según (Garcés, 2010), la investigación de campo se define como lo siguiente:

“Aquella que se realiza en el lugar geográfico donde se producen los hechos, o campo de los hechos, como un jardín, la escuela, el hogar, o una entidad social como barrio marginal, las viviendas indígenas, los comerciantes ambulantes, entre otros”. Pág. 72.

En el estudio de campo, al igual que en la encuesta se busca recopilar datos de los diferentes lugares de entretenimiento. Esta se desarrollará en un ambiente natural que permitirá hacer un análisis más exhaustivo del objeto de investigación.

2.3 MÉTODOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Para efectuar la presente investigación de crear una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas en el cantón de Santa Elena, se recurrió a los siguientes métodos:

2.3.1 Método Deductivo.

Según (Cegarra, 2012), el método deductivo se lo emplea corrientemente tanto en la vida ordinaria como en la investigación científica.

“Es el camino lógico para buscar la solución a los problemas que se plantean. Consiste en emitir hipótesis acerca de las posibles soluciones al problema planteado y en comprobar con los datos disponibles si estos están de acuerdo con aquellas”. Pág. 82.

Se empleó el método deductivo con la intención de llegar a conclusiones y deducciones en la toma de decisión para la creación de una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas, iniciando de lo general a lo particular se investigó la teoría general de la transportación dedicadas a realizar recorridos turísticos analizando las actividades que realizan deben realizar la transportación para cubrir las necesidades de los turistas en su campo de acción.

2.4 TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN.

Identificados los elementos que determinan lo que se va a investigar, inmediatamente se pasa al campo de estudio para proceder a efectuar la recopilación de datos y se utilizaron las siguientes técnicas de recolección de datos:

2.4.1 Observación.

Según (Heinemann, 2010), la observación científica es “la captación previamente planeada y el registro controlado de datos con una determinada finalidad para la investigación, mediante la percepción visual o acústica de un acontecimiento”. Pág. 135.

Consistió en observar directamente a los turistas de que visitan al cantón Santa Elena y los lugares más visitados por los mismos, con la finalidad de conseguir información para su pertinente registro y posterior análisis.

Se empleó la técnica de la observación, para apreciar de forma general el entorno socioeconómico y las condiciones para establecer la creación de una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas.

2.4.2 Encuesta.

Según merino, pintado, Sánchez, la encuesta es “una técnica de investigación cuantitativa, en el que el encuestador se pone en contacto con el encuestado con el fin de obtener información, ya sea escrita o verbal”. Pág. 82.

En la encuesta generalmente se utiliza las respuestas de un gran número de personas.

La recolección de la información requerida se obtendrá a través de cuestionarios o entrevistas, que permitirán realizar un análisis sobre los gustos, preferencias y actitudes hacia los centros de entretenimiento.

2.4.3 Entrevista.

Según (Eyssautier, 2011), la entrevista es “un intercambio conversacional entre dos o más personas con la finalidad de obtener información, datos o hechos sobre el problema y la hipótesis”. Pág. 222.

2.5 INSTRUMENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Los instrumentos que se utilizaron fue el formato de encuesta y entrevista con la finalidad de recolectar información veraz y oportuna, que ayude a obtener resultados reales.

2.5.1 Cuestionario.

Según (Eyssautier, 2011), define cuestionario como “una hoja de cuestiones o preguntas ordenadas y lógicas que sirven para obtener información objetiva de la población”. Pág. 221.

Se realizó el formato de encuesta dirigido a los turistas de la localidad, cuya encuesta es de vital importancia para comprobar la hipótesis y determinar los lineamientos que guíen la propuesta de la presente tesis.

2.6 POBLACIÓN Y MUESTRA.

2.6.1 Población.

Según (Arias, 2010), la población es “un conjunto finito o infinito de elementos con características comunes para los cuales serán extensivas las conclusiones de la investigación”. Pág. 81.

Para realizar las respectivas encuestas es necesario identificar la población total del área de estudio, en el presente cuadro se resume el total de habitantes de la Provincia y el 47% corresponde a la población del cantón Santa Elena.

TABLA N°1 Población

PROVINCIA	HOMBRES	MUJERES	TOTAL	47%
SANTA ELENA	156.862	151.831	308.693	145.086

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

2.6.2 Muestreo.

Según (Rojas, 2010), el muestreo es:

“El procedimiento estadístico que permite analizar las características que presenta una situación o fenómeno en una parte de la población llamada muestra. A partir de esta se hace inferencia para toda la población, de acuerdo a los niveles de precisión y confiabilidad que se establecen”. Pág. 164.

Latorre Rincón establece que para determinar la muestra se debe identificar si la población es infinita o finita, la población es infinita cuando se tiene más de 100.000 habitantes y la población es finita cuando es menos de 100 mil individuos.

El muestreo se estableció mediante la fórmula para una población infinita puesto que la población del cantón Santa Elena ascendió a 145.086 habitantes.

FORMULA:

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

Dónde:

N = Población

n = Tamaño de muestra

P = Probabilidad de éxito: 50%

Q = Probabilidad de fracaso: 50%

E = Margen de error: 5%

Z = Nivel de confianza: 1.96

$$n = \frac{Z^2 * p * q * N}{e^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5 * 145.086}{0,05^2(145.086 - 1) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$= \frac{139340,6}{163,67}$$

$$n = 383$$

Una vez obtenida la muestra, se procede a estratificarla de la siguiente manera:

$$fh = \frac{n}{N}$$

$$fh = \frac{246}{144076}$$

$$fh = 0,0017065$$

TABLA N°2 Muestra estratificada

ESTRATOS	REPARTO DE LA POBLACIÓN	fh	MUESTRA
Manglaralto	47899	0,00264	126
Colonche	41873	0,00264	111
Atahualpa	23003	0,00264	61
Chanduy	13987	0,00264	37
Cabecera cantonal	18324	0,00264	48
Total	144076		383

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censo.

Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

2.7 PROCEDIMIENTOS DE LA INVESTIGACIÓN.

Los procedimientos de la investigación tuvieron su proceso en lo siguiente:

- Esquematizar la estrategia de investigación.
- Definir los procedimientos implementados para el desarrollo de la estrategia.
- Describir las variables de interés.
- Explicar el proceso mediante el cual fueron seleccionados los participantes del estudio.
- Discutir los instrumentos utilizados para el estudio.
- Recopilar los datos.

Procesamiento:

El procesamiento lleva el siguiente orden:

- La organizar los datos auscultados.
- La tabulación de datos.
- La elaboración de tablas y gráficos de los datos a obtenerse.
- La presentación del proceso de análisis aplicado a los datos.
- La formulación de las conclusiones.
- El planteamiento de las recomendaciones.
- La finalmente la elaboración de la propuesta.

CAPÍTULO III

ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 ANÁLISIS DE RESULTADOS DE LA ENCUESTA.

Para fundamentar la hipótesis se procedió a la recolección de la información aplicando la encuesta a los habitantes del cantón Santa Elena que disfruta de los lugares turísticos de la localidad y sus entornos tales como las playas, los balnearios, los museos, las iglesias y otros.

Con la finalidad de interpretar la información levantada en la encuesta, se realizó el respectivo procesamiento de los datos, resumiendo los resultados en las tablas, gráficos y análisis e interpretación por cada pregunta. Los aspectos socioeconómicos tales como: rango de edad, género de los encuestados, actividad e ingresos económicos.

La mayor parte de los habitantes encuestados reflejó su interés por una nueva alternativa de diversión turística y se pudo establecer que las chivas divertidas tendrán una aceptación óptima por las expectativas que los turistas han mostrado en la encuesta, que servirá además para determinar los gustos y preferencias de las rutas y el precio.

Los city tours en chivas divertidas resultan un medio de transportación turística que permitirá el crecimiento económico del cantón atrayendo turistas nacionales y extranjeros, de esta manera se constituye en una actividad alternativa de negocios para quienes desean invertir en esta clase de negocios.

3.1.1 Resultados de las encuesta aplicadas a los habitantes del cantón Santa Elena.

Aspecto Socioeconómico:

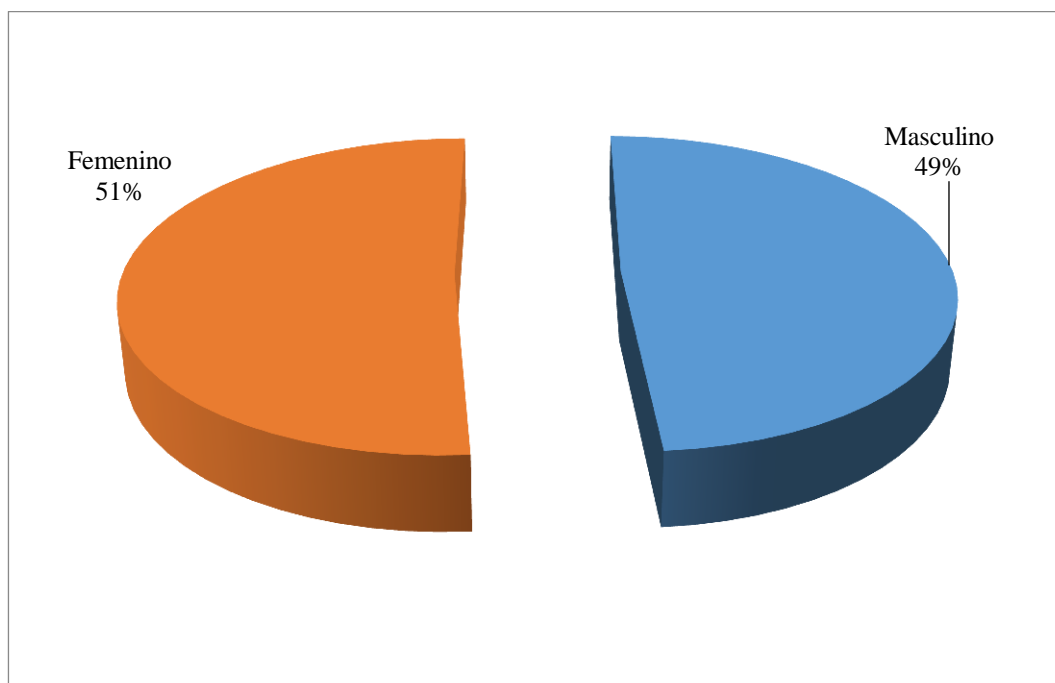
a. Género de los encuestados

TABLA N° 3 Género de los encuestados.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
1	Femenino	197	51,44
	Masculino	186	48,56
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 5 Género de los encuestados.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

La mayor parte de los encuestados pertenecen al género femenino con un total de 197 en comparación con el género masculino 186. En la que se establece que la encuesta fue efectuada de manera equitativa.

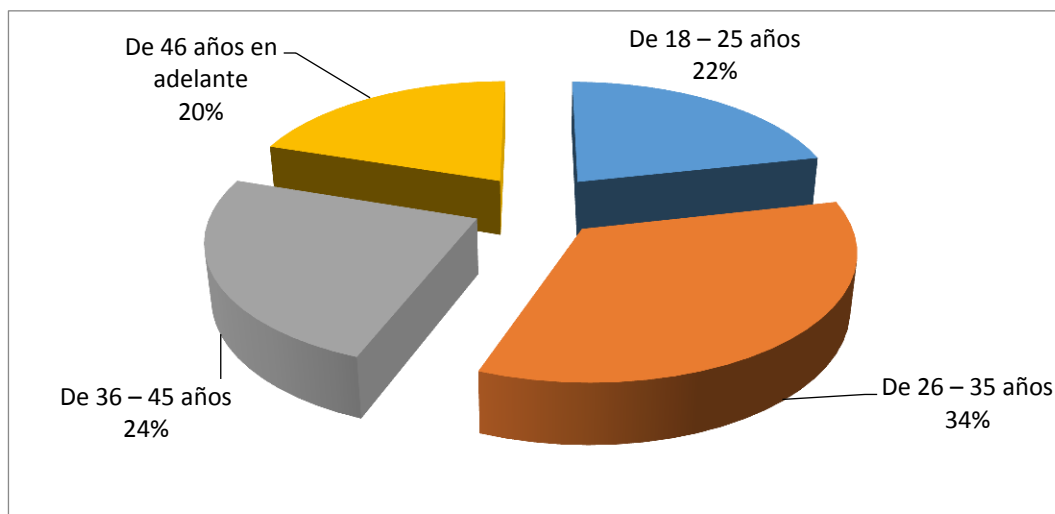
b. Edad de los encuestados

TABLA N° 4 Edad de los encuestados.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
2	De 18 a 25 años	85	22,19
	De 26 a 35 años	128	33,42
	De 36 a 45 años	93	24,28
	De 46 años en adelante	77	20,10
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 6 Edad de los encuestados.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Del 100% de las personas encuestadas, el 34% fluctúa entre las edades de 26 – 35 años y un 20% oscila en los 49 años, indicando que la mayoría de las personas aficionada al turismo es joven. Es importante segmentar las preferencias en este sector, para determinar un precio atractivo.

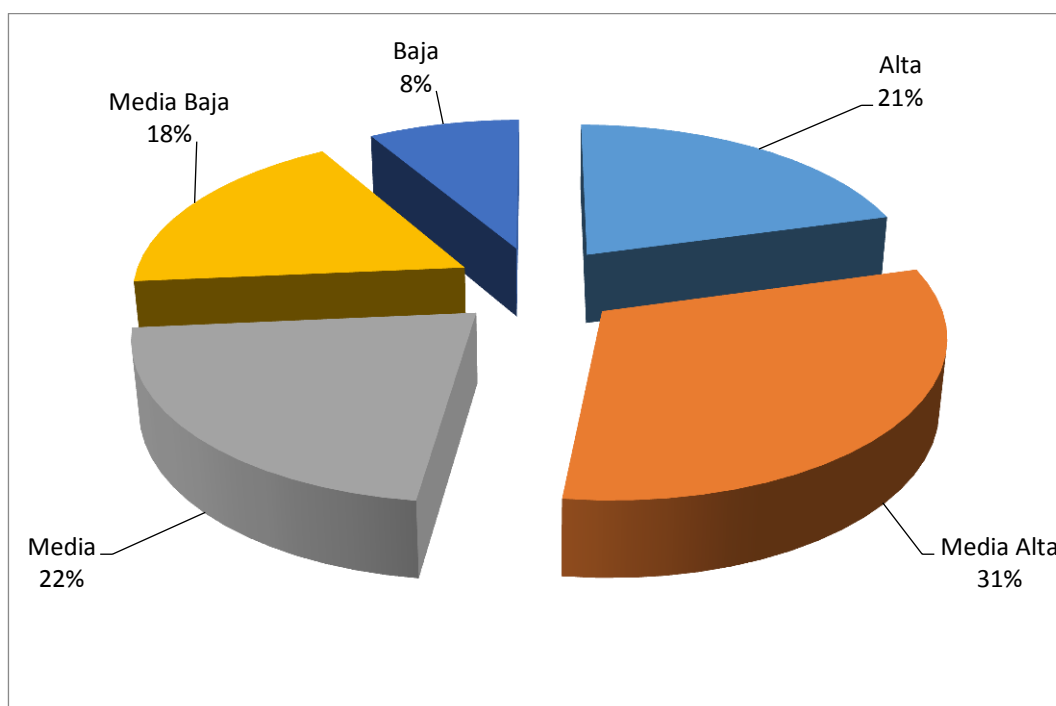
c. Nivel de ingresos económicos

TABLA N° 5 Nivel Socio-económico.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
3	Alta	79	20,63
	Media Alta	120	31,33
	Media	82	21,41
	Media Baja	70	18,28
	Baja	32	8,36
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 7 Nivel Socio – económico.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Del 100% de las personas encuestadas, el 31% corresponde a la clase social media alta y el 21% pertenece a clase social baja. Estos datos indican que las personas están en la capacidad económica de realizar city tours en la localidad. Factor importante para establecer precios accesibles para toda clase social.

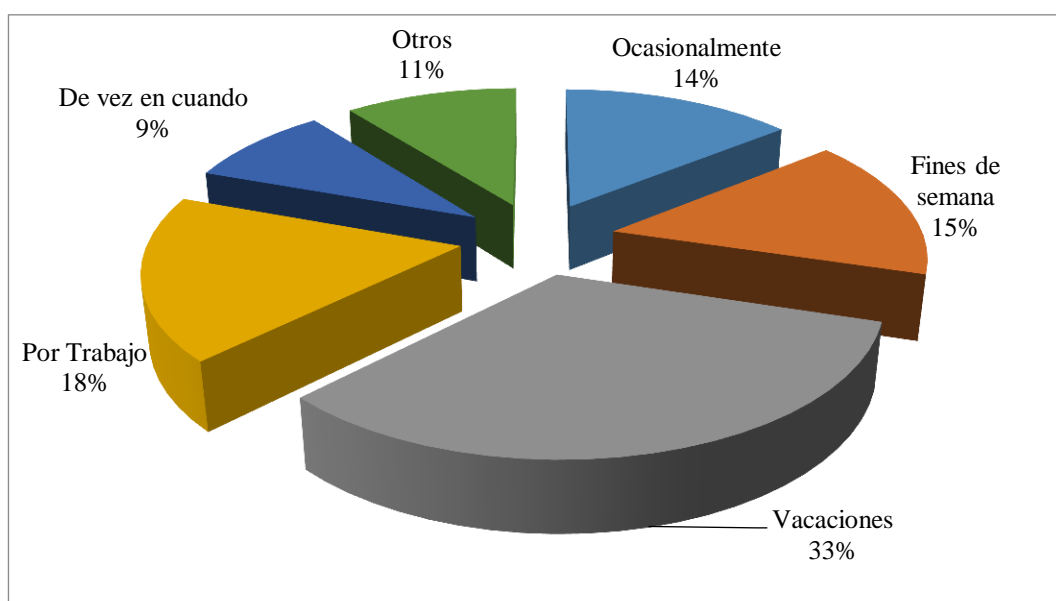
Pregunta N° 1.- ¿Le gusta viajar con frecuencia?

TABLA N° 6 Frecuencia de viajes.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
4	Ocasionalmente	55	14,36
	Fines de semana	59	15,40
	Vacaciones	126	32,90
	Por Trabajo	69	18,02
	De vez en cuando	34	8,88
	Otros	40	10,44
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 8 Frecuencia de viajes.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Del 100% de las personas encuestadas, Se realiza viajes por vacaciones y viaja de vez en cuando. Esta información refleja que la gran mayoría hace viajes turísticos en sus vacaciones, reflejando que existe una demanda para las chivas divertidas. Es importante porque de esta manera se pueden establecer las rutas y los diferentes itinerarios.

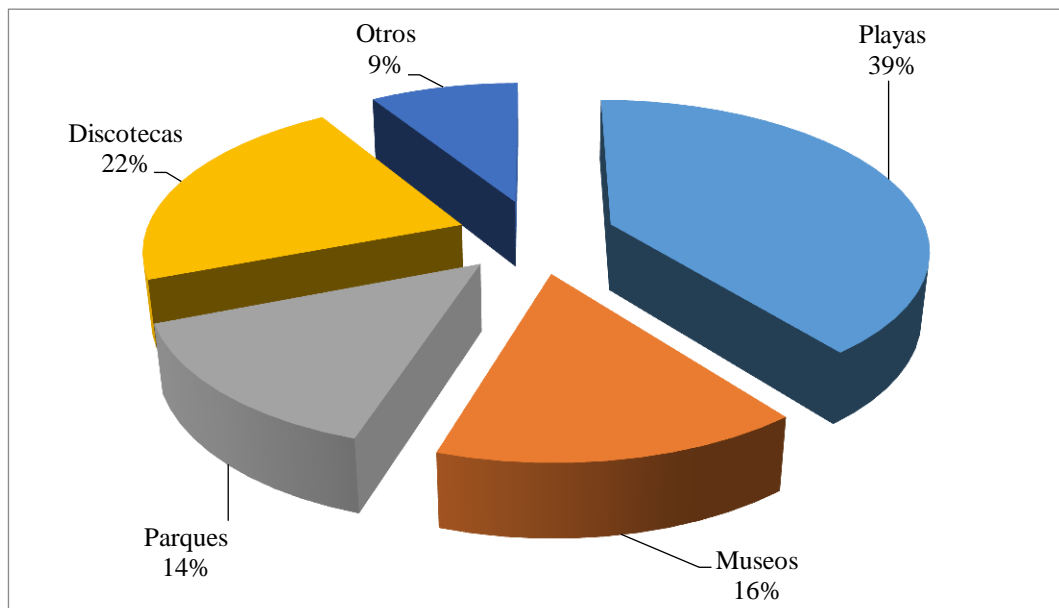
Pregunta N° 2.-¿Qué lugares atractivos conoce en la Península de Santa Elena?

TABLA N° 7 Lugares Atractivos.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
5	Playas	151	39,43
	Museos	60	15,67
	Parques	55	14,36
	Discotecas	83	21,67
	Otros	34	8,88
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 9 Lugares Atractivos.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

La gran mayoría de los encuestados opinan que las playas y las discotecas son los lugares más atractivos. Estos datos evidencian la afinidad de los turistas por la visita a las playas, por lo que hay que considerar como ruta de las chivas divertidas para esos lugares.

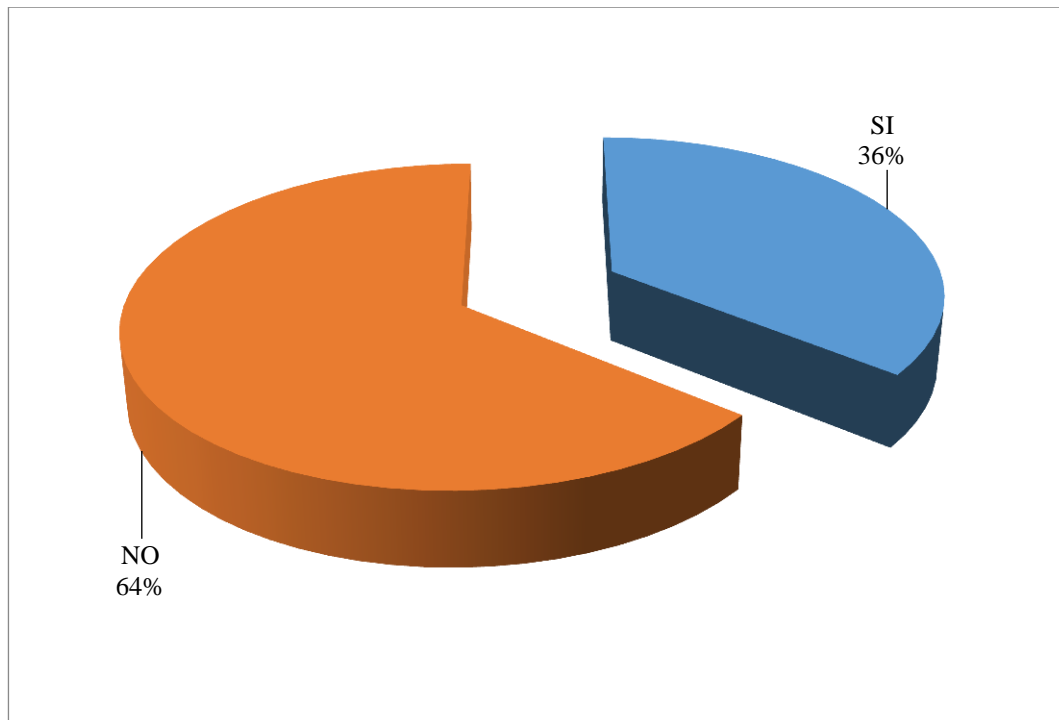
Pregunta N° 3.- ¿Se siente a gusto viajando en un transporte Público?

TABLA N° 8 Satisfacción Transporte Público.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
6	SI	138	36,03
	NO	245	63,97
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 10 Satisfacción Transporte Público.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

En el gráfico se observa la opinión que no se siente a gusto con la transportación pública y en otro porcentaje están satisfechos con el servicio. Estos datos reflejan la inconformidad de las personas de viajar en transporte público para dirigirse a las playas del cantón; al existir esta inconformidad se establece una aceptación para las chivas divertidas que cubrirá este recorrido de manera confortable.

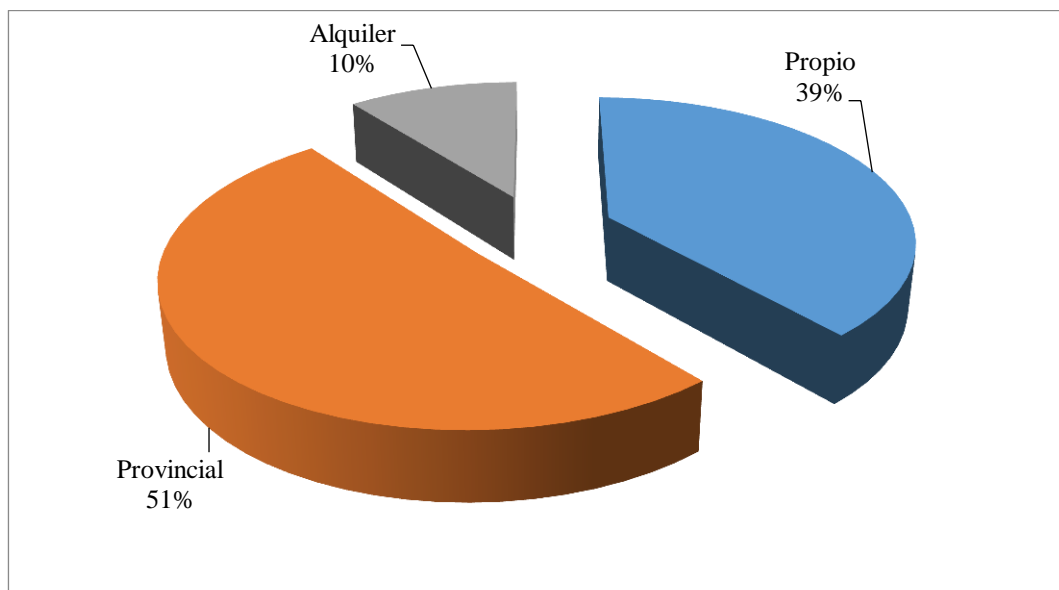
Pregunta N° 4.- ¿Qué tipo de transporte utiliza para visitar la Península de Santa Elena?

TABLA N° 9 Medio de transporte.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
7	Propio	148	38,64
	Provincial	195	50,91
	Alquiler	40	10,44
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 11 Medio de transporte.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Del 100% de las personas encuestadas, gran parte viaja en transporte provincial y en menor porcentaje alquila vehículos para poder viajar. Con estos datos se puede pronosticar que las existe un gran número de usuarios potenciales que utilizarían las chivas divertidas. Con este resultado permite observar el uso frecuente de transporte público.

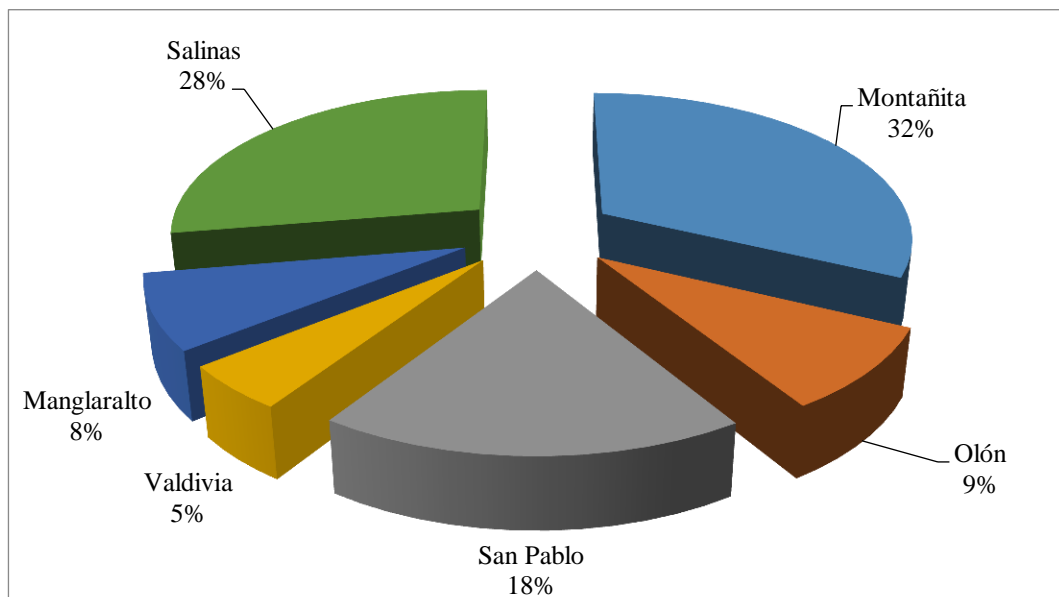
Pregunta N° 5.- ¿Qué sectores turísticos de la Península de Santa Elena conoce o ha visitado?

TABLA N° 10 Sectores turísticos.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
8	Montañita	122	31,85
	Olón	34	8,88
	San Pablo	70	18,28
	Valdivia	19	4,96
	Manglaralto	32	8,36
	Salinas	106	27,68
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 12 Sectores turísticos.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Como se observa del total de las personas encuestadas, visitan las playas de Montañita y en menor las playas de San Pablo. Con estos datos analizados se demuestra que la ruta factible para las chivas divertidas sería la ruta de Spondylus.

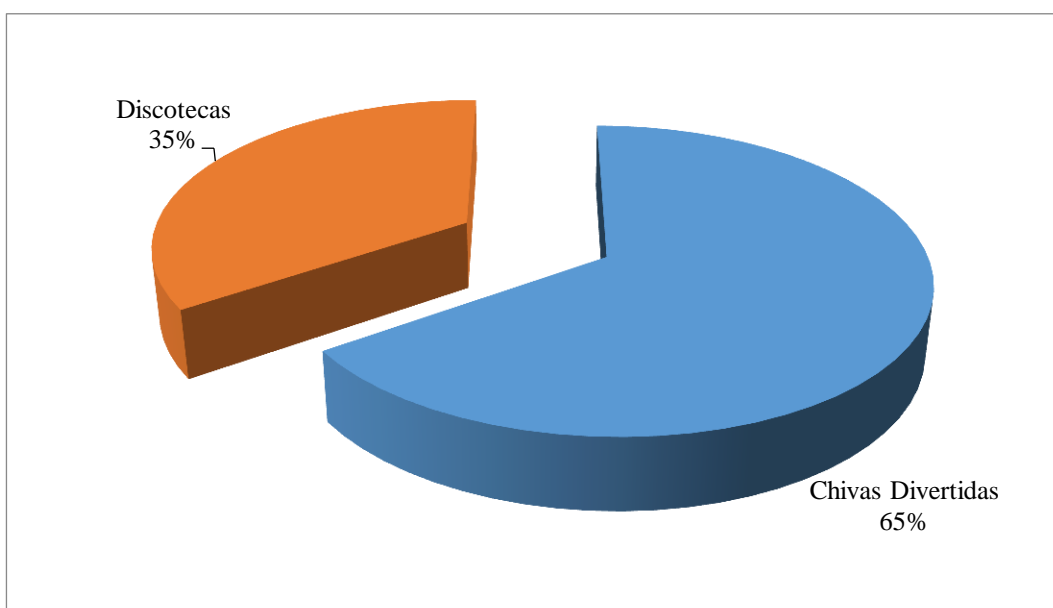
Pregunta N° 6.- ¿Si tuviera que escoger entre este servicio y una discoteca ¿Cuál Preferiría?

TABLA N° 11 Lugares de distracción.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
9	Chivas Divertidas	250	65,27
	Discotecas	133	34,73
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 13 Lugares de distracción.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Como indica el anterior gráfico, un alto porcentaje prefiere las chivas divertidas como lugares de distracción y el restante opta por las discotecas. Estos datos reflejan que existe una aceptación por parte de los usuarios en utilizar las chivas divertidas para trasladarse a los lugares turísticos.

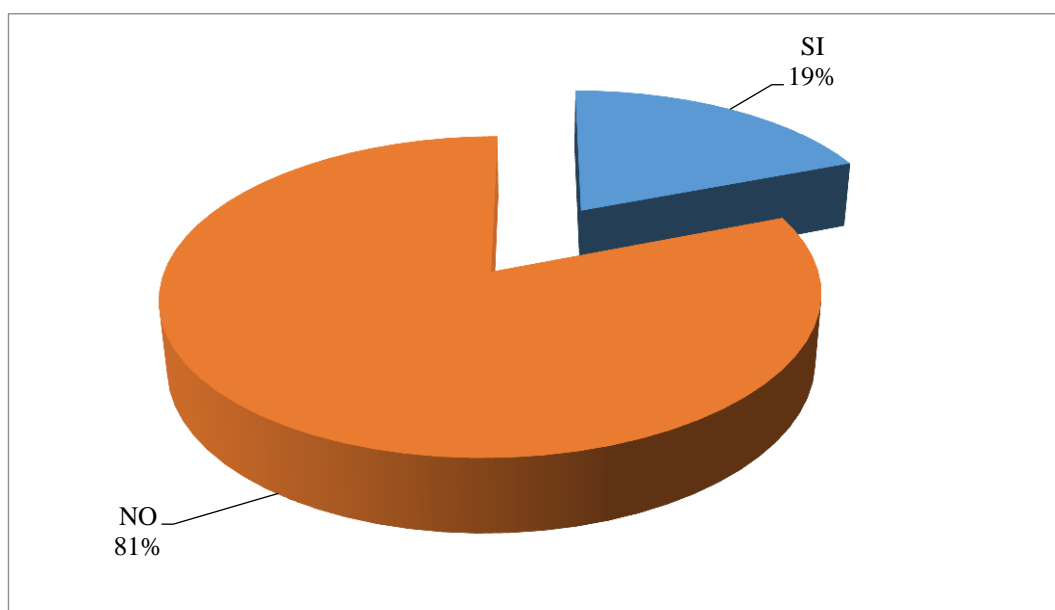
Pregunta N° 7.- ¿Le gustaría que se expendan bebidas alcohólicas en las chivas divertidas?

TABLA N° 12 Expenden bebidas alcohólicas.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
10	SI	73	19,06
	NO	310	80,94
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 14 Expenden bebidas alcohólicas.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Como se observa que un alto porcentaje no está de acuerdo que se expendan bebidas alcohólicas por lo que se descarta la posibilidad de brindar el servicio con venta de bebidas alcohólicas.

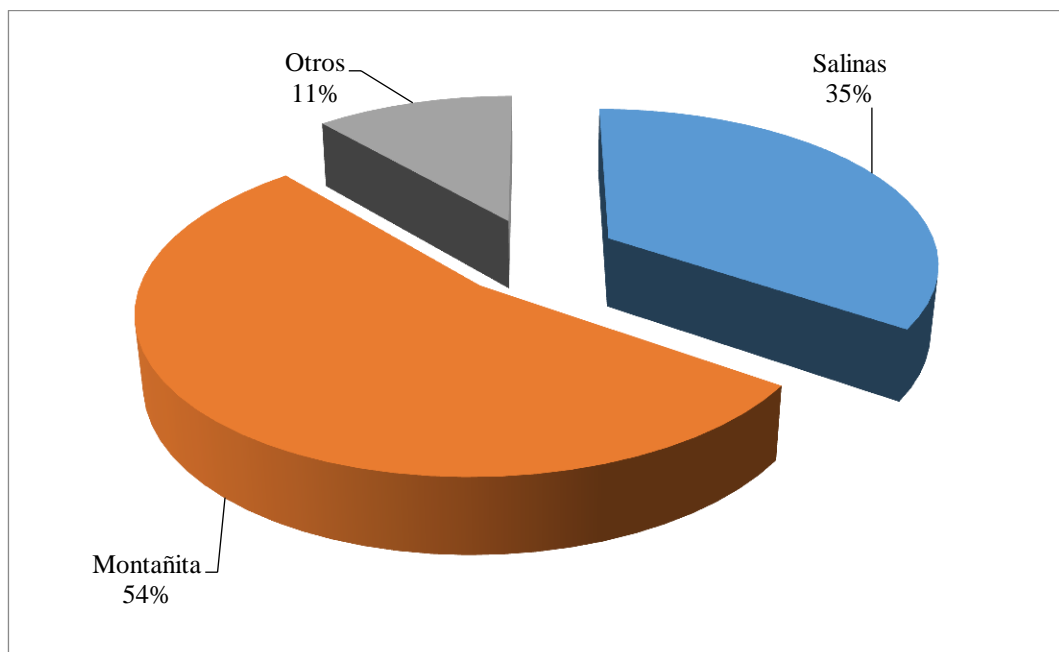
Pregunta N° 8.- ¿Qué ruta preferiría al utilizar los servicios de chivas divertidas?

TABLA N° 13 Ruta turística.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
11	Salinas	132	34,46
	Montañita	208	54,31
	Otros	43	11,23
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 15 Rutas Turísticas.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

En el gráfico de los encuestados un porcentaje alto prefiere visitar Montañita y la diferencia le gusta visitar la playa de Salinas, de acuerdo a estos datos se refleja que las chivas divertidas deben realizar su recorrido tomando en consideración la ruta de Spondylus.

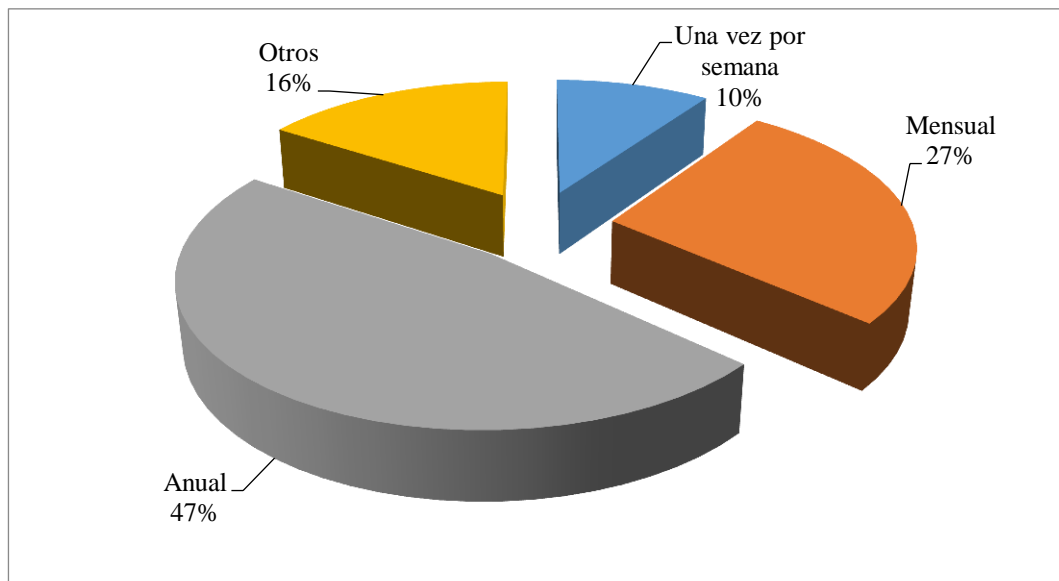
Pregunta N° 9.- ¿Cada qué tiempo escogería este servicio?

TABLA N° 14 Tiempo de uso del servicio.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
12	Una vez por semana	38	9,92
	Mensual	103	26,89
	Anual	182	47,52
	Otros	60	15,67
	TOTAL	363	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 16 Tiempo de uso del servicio.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

De acuerdo a los datos el 48% de las personas utilizaría el servicio de chivas divertidas anualmente y el 27% mensualmente, con estos datos se puede establecer la capacidad y el número de transporte que brinde el servicio en la localidad.

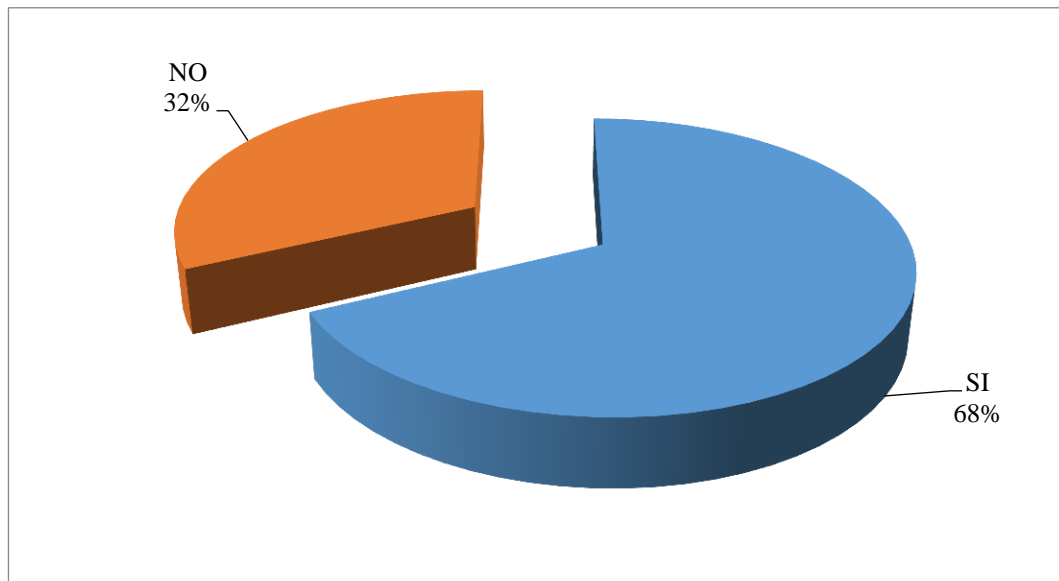
Pregunta N° 10.- ¿Le gustaría viajar en un medio de transporte poco convencional como las denominadas chivas?

TABLA N° 15 Viajes en chivas.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
13	SI	262	68,41
	NO	121	31,59
	TOTAL	246	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 17 Viajes en chivas.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

En el anterior gráfico de las personas encuestadas, un porcentaje representativo si desea viajar en chivas en sus recorridos por las playas y en menor porcentaje no está de acuerdo en utilizar este transporte. De acuerdo a estos resultados se evidencia una aceptación mayoritaria en la utilización de las chivas en la localidad.

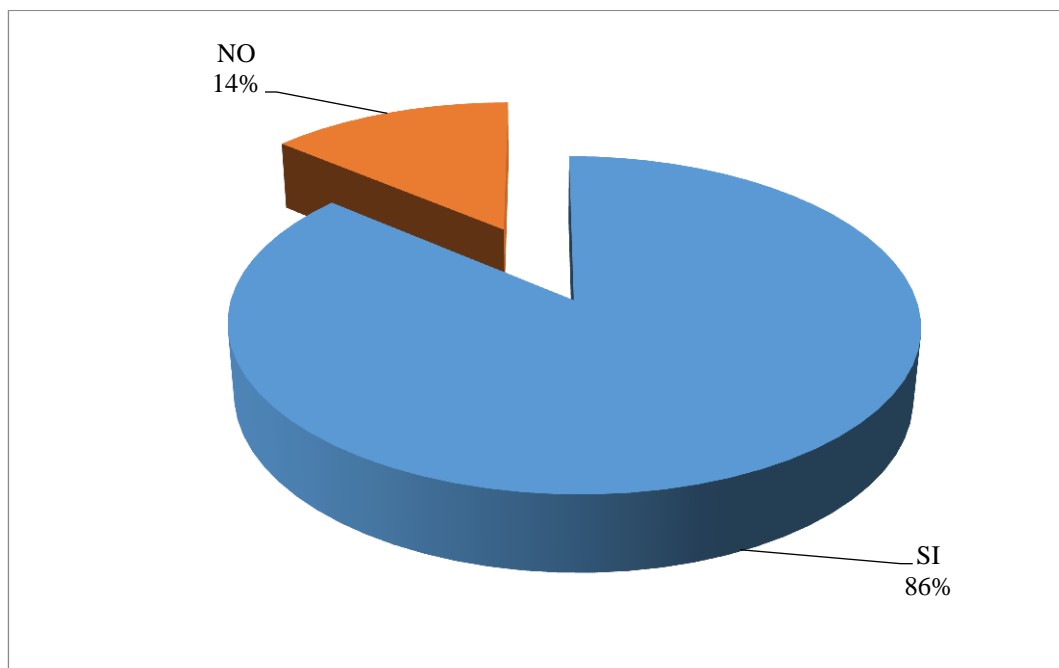
Pregunta N° 11.- ¿De existir esta empresa de chivas divertidas, adquirirías el servicio?

TABLA N° 16 Empresa de chivas divertidas.

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
14	SI	328	85,64
	NO	55	13,82
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 18 Empresa de chivas divertidas.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

En el gráfico de las personas encuestadas, un alto porcentaje está de acuerdo en utilizar el servicio de chivas divertidas para trasladarse a los lugares turísticos del cantón Santa Elena. Estos datos permiten confirmar que existe demanda del servicio en la localidad.

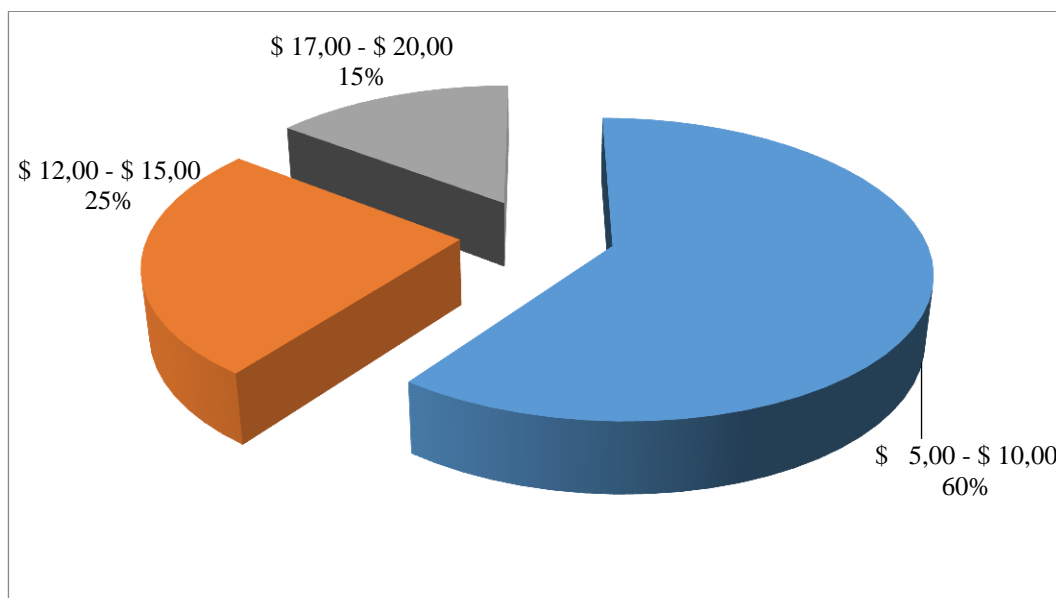
Pregunta N° 12.-Cuánto está dispuesto a cancelar por el servicio?

TABLA N° 17 Precio del servicio

Ítem	Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
15	\$ 5,00 - \$ 10,00	230	60,05
	\$ 12,00 - \$ 15,00	96	25,07
	\$ 17,00 - \$ 20,00	57	14,88
	TOTAL	383	100%

Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 19 Precio del servicio.



Fuente: Habitantes del cantón Santa Elena
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Como se observa en el gráfico de las personas encuestadas, un gran porcentaje está dispuesto a pagar de \$ 5,00 a \$10,00 por el servicio de transportación en chivas divertidas. Este dato es de vital importancia para fijar el precio del servicio tomando en consideración la opinión de los habitantes.

3.2 CONCLUSIONES.

- En la recopilación de la información se ha determinado que las Playas, Museos, Parques, Discotecas, entre otros son los lugares más visitados por los turistas o visitantes. Por lo que se pueden organizar rutas e itinerarios para hacer los diferentes recorridos por los atractivos naturales de la provincia.
- Se estableció que los usuarios tienen una preferencia del 65% a utilizar el servicio de transporte en chivas divertidas como se puede evidenciar en la pregunta N° 6.
- El recorrido factible de las chivas divertidas es por la ruta Spondylus, ya que a la mayoría de personas le gusta visitar las playas del cantón. Estableciendo rutas por ejemplo de visitas a las iglesias y museos.
- El precio recomendable de acuerdo a la encuesta realizada debe oscilar entre los \$5,00 a \$10,00. Siendo accesibles para todas las condiciones económicas, y puedan permitirse satisfacer la necesidad de diversión mediante los servicios que se ofrecen.
- El recorrido en chivas divertidas impulsará el turismo del cantón atrayendo a más turistas por ser un servicio novedoso y cómodo a la hora de visitar las playas.

3.3 RECOMENDACIONES.

- Establecer en el cantón Santa Elena una empresa que preste el servicio de recorridos en chivas para trasladar a los turistas a los balnearios de una manera diferente y divertida.
- Fijar el recorrido de las chivas por los balnearios de la ruta de Spondylus para satisfacer las preferencias de los turistas, mediante un programa de rutas e itinerarios.
- Establecer un precio óptimo entre \$5,00 a 10,00 por el servicio de recorrido en chivas divertidas, accesibles a toda posición económica.
- Crear una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas en el cantón de Santa Elena para incrementar el desarrollo económico.

CAPÍTULO IV

CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIOS DE RECORRIDO TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA.

4.1 JUSTIFICACIÓN E IMPORTANCIA.

En la actualidad, es importante emprender un negocio alternativo, que genere empleo para las personas interesadas y en especial mejorar la calidad de vida de los mismos por los impactos positivos esperados por el proyecto que emprendan.

La administración turística es importante debido a que se planifica, organiza y se estructura una organización, con dirección, para lograr ser competitivos con otros sectores, así un estudio de factibilidad, permite identificar las necesidades prioritarias para tomar las decisiones convenientes para el desarrollo de la empresa.

La provincia de Santa Elena, se ha convertido en una fuente de desarrollo, algunas obras del gobierno, han provocado que el desarrollo económica cada vez vaya aumento, sin embargo no hay que descuidar que esto atrae también a los turistas que deseen visitar por sus atractivos turísticos sean estos los museos, las iglesias, los atractivos naturales y ecológicos.

El presente proyecto de investigación desarrollado en el cantón Santa Elena brindará un nuevo servicio turístico el mismo que potencializará las riquezas turísticas en la que actualmente se encuentran y posesionará el turismo peninsular a nivel nacional e internacional.

4.2. IDENTIFICACIÓN DE LA EMPRESA RESPONSABLE DEL PROYECTO.

El estudio del presente trabajo de investigación tiene como finalidad brindar nuevos servicios turísticos que no se brinden en la provincia de Santa Elena y de esta forma posicionar al turismo peninsular como un polo desarrollo que se reconozca a nivel nacional e internacional.

Donde existiría un beneficio mancomunado de todos los sectores económicos, aprovechando todas las bondades naturales que se encuentren en esta nueva provincia de Santa Elena, que dentro de sus atractivos turísticos no solamente son las hermosas playas que recorren nuestro perfil costanero, sino también a través de museos, acuarios, zoológicos, parques, miradores, comidas típicas del medio costero, cabañas, hostales, cadenas de hoteles, discotecas, entre otros

Si bien es cierto, la mayor parte de los peninsulares ni siquiera conocen todos los atractivos turísticos que brinda esta bondadosa tierra Santaelenense, ni que decir vuestros turistas nacionales y extranjeros que año a año visitan nuestra provincia y en especial nuestro cantón Santa Elena.

Por tal motivo, el presente proyecto trata de vincular todos los actores del turismo peninsular a través de un recorrido que se brinde mediante chivas turísticas, de modo que el cliente se sienta a gusto conociendo cada uno de estos atractivos. Iniciando el recorrido desde la ciudad de Santa Elena por toda la Ruta del Spondylus hasta la comuna de Olón.

4.2.1 Datos de la empresa.

Razón Social: **Cía. Tour “SPONDYLUS S.A.”**

4.2.2 Logotipo de la empresa.

GRÁFICO N° 20 Logotipo



Fuente: Logotipo de CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Propietario o Representante Legal: Srta. Marjorie Aquino Ortega.

Categoría: Transporte de Turistas.

Dirección: Avenida 18 de Agosto y Calle 10 de agosto esquina.

Ciudad: Santa Elena.

Provincia: Santa Elena.

Teléfono: 2940420

4.2.3 Lema o Slogan de la empresa.

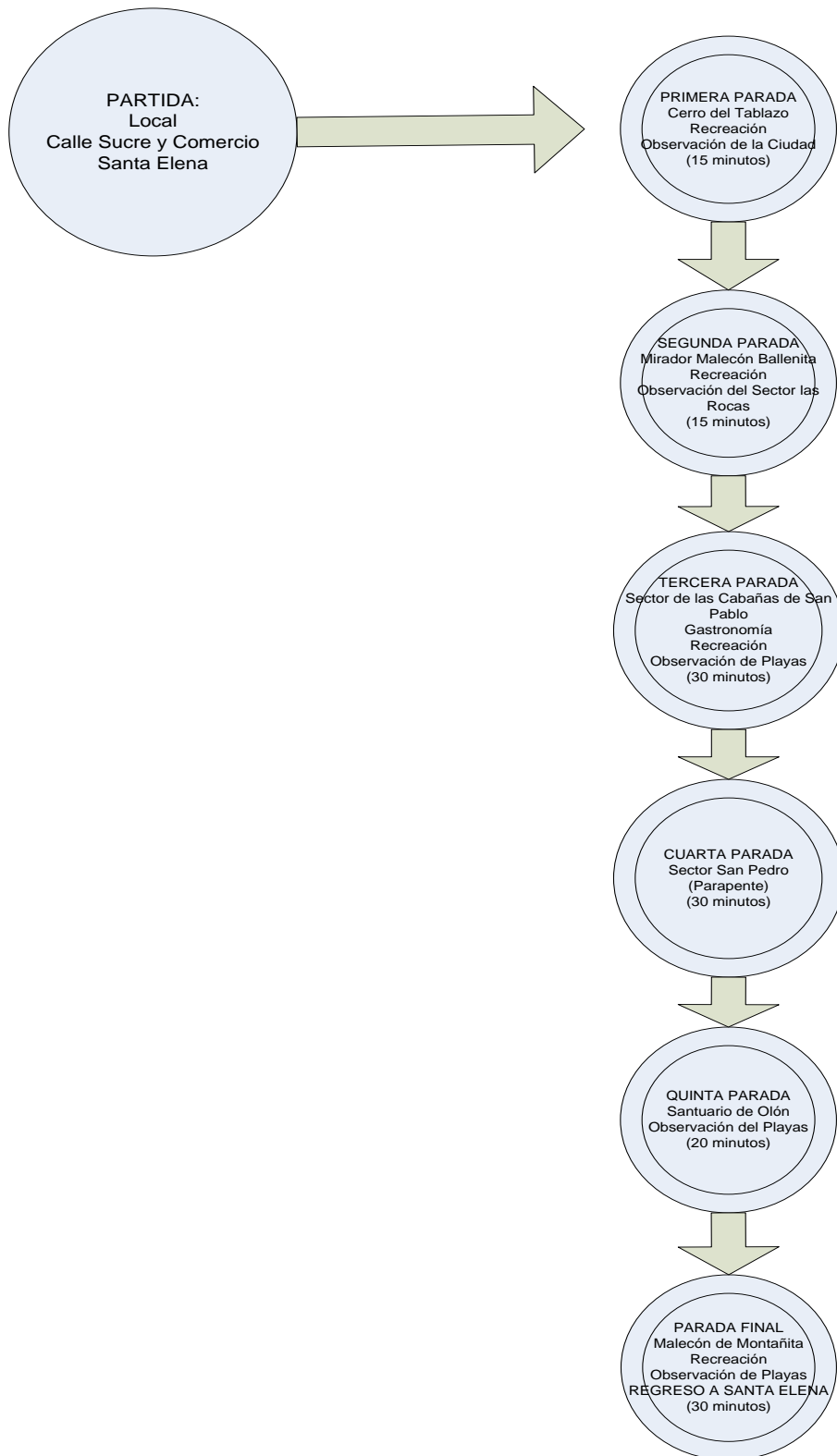
A continuación se presenta la frase o lema que identificará el cliente como sinónimo de servicio de calidad:

“Disfruta al máximo del placer de una aventura en tu chiva – Tour Spondylus”.

4.3 UBICACIÓN DEL PROYECTO.

La CIA. TOURS SPONDYLUS S.A. de servicio de recorridos turísticos a través de buses – chivas turísticas, su oficina estará ubicada en la Calle Sucre frente a la Calle Comercio del cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

GRÁFICO N° 21 Recorridos de las Rutas: Segunda Ruta



Elaborado por: Marjorie Aquino Órtega

Así mismo su oficina estará ubicada en la comuna de Montañita, en la Calle Pedro Carrión.

CUADRO N° 4 Métodos de factores ponderados para decisión de ubicación de la planta

FACTORES	PESO	SANTA ELENA		LA LIBERTAD		SALINAS	
		Puntos	Ponderación	Puntos	Ponderación	Puntos	Ponderación
Cercanía mercado	0,25	7	1,75	2	0,50	3	0,75
Clima	0,10	8	0,80	5	0,50	5	0,50
Mano de obra disponible	0,10	6	0,60	5	0,50	3	0,30
Vías de acceso en buen estado	0,20	8	1,60	5	1,00	5	1,00
Servicios básicos	0,20	8	1,60	6	1,20	6	1,20
Disponibilidad de terrenos	0,15	9	1,35	6	0,90	5	0,75
TOTAL	1,00		7,70		4,60		4,50

Fuente: Microlocalización de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Como se puede observar en el cuadro N° 12, la ubicación de la Cía. TOURS SPONDYLUS S.A. debe estar situada en el cantón Santa Elena, ya que con un 7.70 puntos de ponderación se considera que cumple con los principales factores para la ubicación de la empresa.

4.3.1 Responsable/socios del proyecto.

Esta empresa está conformada por tres accionistas de los cuales el accionista mayoritario con el 40% es la Srta. Marjorie Aquino Ortega y a la vez la responsable del proyecto. El segundo y tercer accionista con el 30% cada uno, son el Lic. Geovanny Sandoval Reyes y el Ing. Freddy Suárez Suárez.

4.3.2 Actividad turística económica.

La norma Argentina IRAM SECTUR 42500 que hace referencia al desarrollo de normas específicas para sector turístico que integren la gestión de la calidad, la seguridad y el ambiente, en la prestación de servicios turísticos de senderismo y travesías corresponde al servicio que brinda la empresa Tours Spondylos S.A.

4.4 ANÁLISIS SITUACIONAL.

4.4.1 Macro localización.

La CIA. TOURS SPONDYLUS S.A. de servicio de recorridos turísticos a través de buses – chivas turísticas, estará ubicada en la calle sucre frente a la calle comercio del cantón Santa Elena, Provincia de Santa Elena. Así mismo estará ubicada en la comuna de Montañita, cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena.

GRÁFICO N° 22 Macrolocalización



Fuente: Macrolocalización de la CIA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.4.2 Micro localización.

Se utilizó el método cualitativo para determinar la ubicación exacta de la empresa, tomando en consideración varios factores que a continuación se detallan en el siguiente cuadro:

La Cía. TOURS SPONDYLUS S.A., está ubicada en la provincia de Santa Elena, cantón Santa Elena, en el solar N° 20 de la manzana N° 37 del sector N° 1, identificado con el código catastral N° 001-037-022, situado en las calles centrales de Santa Elena.

GRÁFICO N° 23 Micro localización



Fuente: Micro localización de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N° 24 Ubicación Montañita



Fuente: Micro localización de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.5 OBJETIVOS.

4.5.1 Objetivo General.

- Elaborar un estudio de factibilidad para la creación de una empresa de recorrido turístico en “Buses - Chivas Divertidas”, con el fin de ofrecer un servicio de transporte con rutas e itinerarios para dar a conocer la cultura y los atractivos naturales de la provincia de Santa Elena.

4.5.2 Objetivos Específicos.

- Promover la imagen de la provincia de Santa Elena como destino turístico, mediante acciones de marketing para su aprovechamiento adecuado y sostenible.
- Desarrollar el turismo mediante la participación pro-activa del sector público, privado, instituciones educativas y comunidad, en el manejo de las bellezas escénicas.
- Dinamizar la actividad turística local en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población.
- Establecer servicios diferentes a través de recorridos turísticos, que podrían solicitar los turistas que visitan a menudo la provincia de Santa Elena.
- Diagnosticar la situación actual del sector turístico y de las empresas de transportes y entretenimiento en la provincia de Santa Elena.
- Determinar el nivel de impacto económico de la creación de una empresa de chivas divertidas en el cantón Santa Elena.
- Elaborar un estudio técnico para conocer la infraestructura que se requerirá para la puesta en marcha del proyecto.
- Efectuar el estudio financiero del proyecto.

4.6 DESCRIPCIÓN DE LA PROPUESTA.

4.6.1 Misión.

La Cía. Tours Spondylus S.A. ofrecerá un servicio de transportación, diversión y aventura a los turistas nacionales y extranjeros de óptima calidad y calidez, en los diversos sitios turísticos de la Ruta del Spondylus, contribuyendo y fomentando el desarrollo turístico de la provincia de Santa Elena.

4.6.2 Visión.

En el año 2020, la Cía. Tours Spondylus S.A, será una empresa líder en la innovación y presentación de negocios de diversión, lográndolo a través de un trabajo en equipo, que responda a cualquier reto del mercado.

4.6.3 Principios y valores.

- **Compromiso:** Somos una empresa comprometida con los clientes, para su absoluta satisfacción, cumpliendo con cada una de las normativas legales de la empresa.
- **Honestidad:** Somos transparentes con los servicios que se brindan, actuando de una manera correcta, clara y ética con los clientes.
- **Lealtad:** La mayor virtud es la fidelidad con que con los clientes, cumpliendo a cabalidad, con franqueza y honor los compromisos pactados.
- **Servicio al Cliente:** El compromiso es brindar un servicio con los más estándares de calidad y calidez a todos los clientes.
- **Puntualidad:** Somos una empresa que cumple en los tiempos establecidos los compromisos adquiridos.
- **Responsabilidad:** Somos una empresa responsable, capaz de afrontar algún acontecimiento inesperado.

4.7 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL.

4.7.1 Organigrama.

El orgánico estructural de la Cía. TOURS SPONDYLUS S.A., está definido de acuerdo a la constitución de la empresa y en base a las necesidades departamentales que se requiere para brindar un óptimo servicio de calidad.

Nivel de Jerarquías.

A continuación se presenta el cuadro de los niveles jerárquico, el mismo que abarca la Dirección organizacional de la empresa.

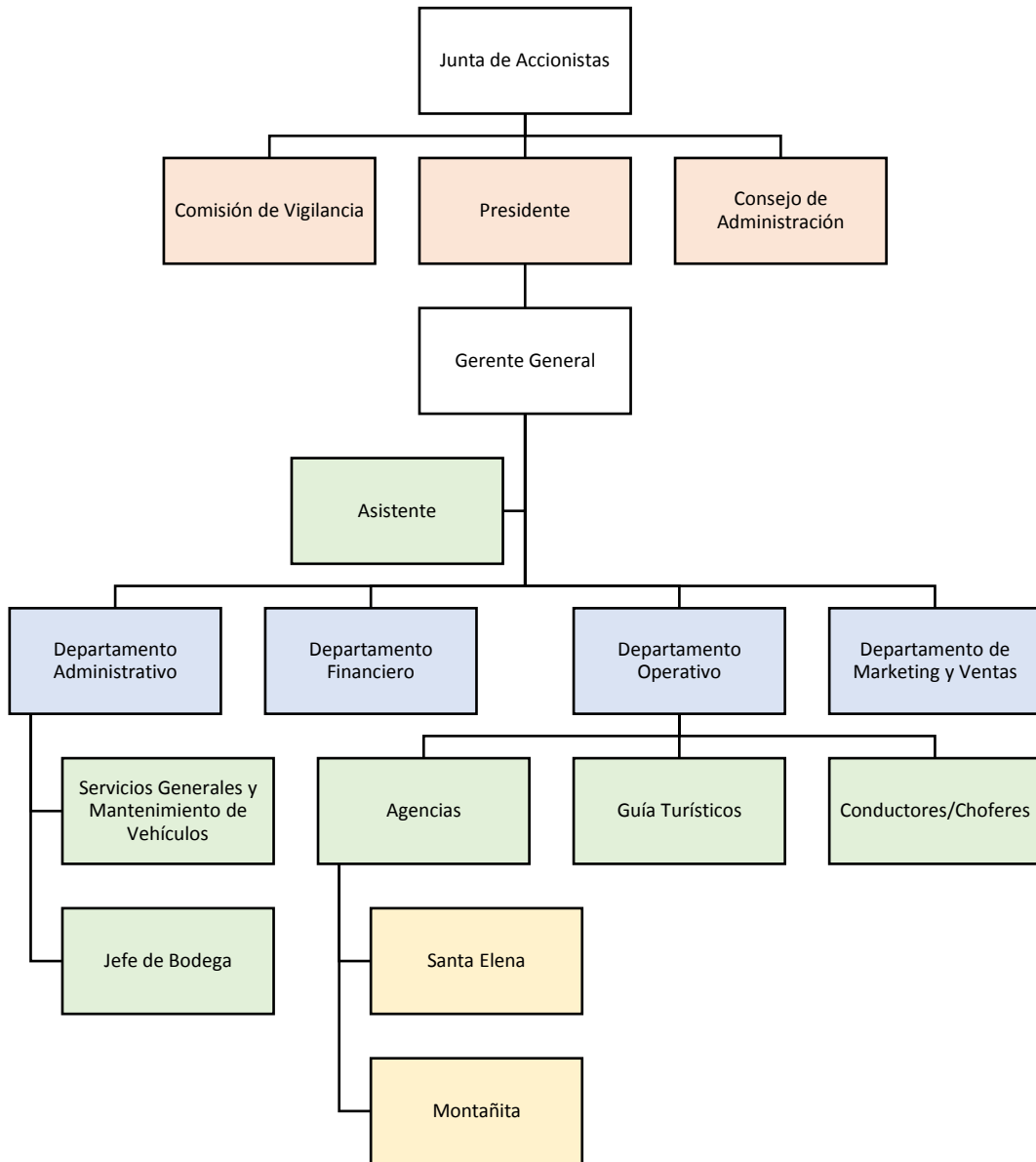
CUADRO N° 5 Niveles del Organigrama

NIVEL	COLOR
Directivos	
Ejecutivos	
Operativos	

Fuente: Consulta bibliográfica
Elaborado por: Marjorie Aquino

1. Directivos: Es el nivel de jerarquía que componen los directivos.
2. Ejecutivos: Este nivel está compuesto por los Jefes departamentales.
3. Operativos: En este nivel lo componen el personal operativo.

GRÁFICO N° 25 Estructura Organizacional
CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.



Fuente: Organigrama Estructural de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
 Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.7.2 Descripción del Organigrama.

4.7.2.1 Junta General de Accionistas.

La Junta General de Accionistas es la responsable de determinar las políticas de la empresa y dictar los reglamentos internos, entre los que se menciona lo siguiente:

- Designar y remover por causas legales a los administradores de la empresa.
- Conocer e informarse sobre las cuentas financieras y administrativas que presenta el Gerente General.
- Determinar las políticas de la empresa y dictar los reglamentos internos.
- Autorizar la admisión de nuevos socios conforme a la ley y estatutos.
- Resolver el aumento o disminución del capital de la empresa.
- Aprobar el presupuesto anual de la empresa.

4.7.2.2 Consejo de Administración.

El Consejo de Administración es el encargado de generar el progreso sostenido y mantenido de la organización, es un organismo directivo de la empresa que está conformado por un número de vocales elegidos por la Junta General, quienes tendrán las siguientes funciones:

- Las funciones del consejo son de dos años.
- Firmar convenios con organizaciones similares para proporcionar un mejor servicio.
- Establecer proyectos que estén vinculados al mejoramiento continuo de la organización, planes de marketing y planes de capacitación.
- Regular la administración, mantener la unidad de los socios, el espíritu cooperativo y la igualdad de los socios.

4.7.2.3 Consejo de vigilancia.

El Consejo de Vigilancia, tiene la responsabilidad de identificar e informar a tiempo cualquier anomalía dentro de la organización, las funciones son:

- Solicitar a la Gerencia informes sobre la contabilidad.
- Controlar el correcto y ordenado funcionamiento de las unidades en los puestos de trabajo.
- Solicitar las sanciones a la Junta General de Accionistas por infracciones presentadas por algún colaborador de la empresa.
- Verificar el estado de las unidades frecuentemente.
- Mantener y controlar el establecimiento de las tarifas.

Presidente.

El Presidente de la empresa, está a cargo de dirigir, coordinar y controlar la gestión de la empresa, entre sus funciones:

- Cumplir y hacer cumplir las resoluciones de la Junta General de Accionistas
- Convocar y presidir las sesiones de la Junta General.
- Suscribir conjuntamente con el Gerente General las actas de la Junta General.
- Subrogar al Gerente en caso de falta, ausencia o impedimento temporal o definitivo hasta que la Junta General designe el reemplazo.
- Hacer cumplir las atribuciones que le confiere la ley, estatutos y la Junta General.

Área de Administración.

Gerente General.

Departamento: Gerencia General.

Subordinados: Departamentos: Marketing y Ventas, Recursos Humanos y Financiero.

Descripción del puesto: Planear, organizar, integrar, direccionar y controlar la administración de la empresa, poniendo en práctica los conocimientos adquiridos e investigando teorías para su buen desarrollo profesional dentro de la institución.

Es el representante legal y tiene a su cargo la gestión de los negocios comerciales. Administra los recursos asignados para que los usuarios cuenten con el mejor nivel de servicio en la demanda de sus necesidades.

Funciones:

- Planear y determinar el curso de acción a seguir en los demás departamentos, fijando políticas y procedimientos en la secuencia de la operación.
- Organizar las funciones y obligaciones de cada departamento a dirigir.
- Delegar autoridad en los mandos medios y fijar la responsabilidad de cada individuo.
- Agrupar las actividades en una estructura lógica.
- Coordinar los esfuerzos, en caso de darse horas extras.
- Asegurarse que se haga lo planificado, impulsando, coordinando y vigilando las funciones de cada elemento; brindando motivación adecuada a los subordinados para generar un profundo interés por su labor.
- Ser autoridad para indicar como ejecutar una acción.
- Comunicar el flujo de información entre todos los elementos de la administración.

- Supervisar y asegurarse si las actividades se están realizando como se habían planeado.
- Controlar las acciones en relación con lo que se había establecido y comparar los resultados reales con los estimados para corregir las desviaciones y eliminar los obstáculos.

Responsabilidades:

- Establecer políticas y estrategias que sirvan de marco de referencia para tomar decisiones para otros niveles.
- Elaborar programas y elaborar objetivos a corto, mediano y a largo plazo.
- Elaborar y ejecutar programas, estableciendo objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.
- Establecer sistemas de control, supervisión y evaluación de programas.
- Tomar decisiones para corregir desviaciones operativas en el desarrollo de los programas.
- Determinar los procedimientos y métodos específicos de trabajo.
- Proponer medidas y ajustes a sus actividades y elaborar informes para sus superiores.
- Proponer candidatos para ocupar puestos en sus áreas así como estímulos para su personal.

Requisitos:

- Experiencia mínima de 2 años en el mismo cargo.
- Título de Tercer Nivel en Ingeniería Comercial, Economista.
- Título de Cuarto Nivel en Maestría en Administración de Empresas.

Asistente Administrativa.

Departamento: Gerencia General.

Descripción del puesto: Elaborar informes de todas las actividades que realice la Gerencia General. Llevar de forma adecuada todos los archivos de la empresa. Elaborar oficios y memorando. Podrá emitir todo tipo de documentación en base a las disposiciones del Gerente General, para las diferentes secciones departamentales.

Funciones:

- Elaborar los informes de la Gerencia General.
- Organizar los archivos de la empresa.
- Elaborar documentos como oficios y memorandos.
- Elaborar los presupuestos de la empresa.

Responsabilidades:

- Cumplir con las disposiciones dispuestas por la Gerencia General.
- Custodiar la documentación de la empresa.

Requisitos:

- Experiencia mínima de 2 años en el mismo cargo.
- Título de Tercer Nivel en Secretariado Bilingüe.

Jefe Financiero.

Departamento: Dirección Financiera.

Descripción del puesto: Obtener y registrar datos contables, estadísticos y financieros, efectuar pagos y cobros. Deberá planificar, organizar, dirigir y controlar los procesos, proyectos, programas y acciones financieras encaminadas a la obtención de resultados positivos para la empresa.

Deberá tomar decisiones financieras y efectuar el análisis, planeación, toma de decisiones sobre inversiones y financiamiento a corto, mediano y largo plazo, realizará el análisis de los pronósticos financieros y preparará los planes y presupuestos financieros de la empresa.

Funciones:

- Realizar asientos en los registros o libros de contabilidad.
- Efectuar cálculos financieros.
- Analizar los costos de paquetes turísticos.
- Hacer Transacciones bancarias.
- Calcular los salarios a pagar partiendo de los registros de horas trabajadas por cada trabajador.
- Realizar pagos y cobros.
- Efectúa el análisis y la planeación financiera.
- Toma decisiones de inversión.
- Toma decisiones de financiamiento.
- Transformar la información financiera a una forma útil para supervisar la condición financiera de la empresa.
- Administrar la política de crédito de la empresa, por medio de los informes que se le presenten.
- Maneja evaluaciones de rendimiento financiero.

- Responsabilidades:

- Manejo de documentos de alta confiabilidad.

- Condiciones de ambiente normales de escritorio, trabajo bajo presión del Gerente General.
- Responsable de la administración de cartera de inversión por parte de los paquetes turísticos.
- Mantener los documentos de la empresa en regla.
- Tener a la empresa sobre el 50% de ganancia o equilibrada.

Requisitos:

- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Título de 3er. Nivel (Ingeniero Comercial, Ingeniero en Finanzas).

Jefe de Bodega.

Departamento: Agencia Santa Elena y Montañita.

Descripción del puesto: Ejecutar labores relacionadas con la recepción, clasificación, almacenaje y despacho de suministros, materiales, herramientas, equipo y otras mercaderías.

Funciones:

- Recibir, clasificar, almacenar y despachar suministros, materiales, herramientas y equipo en bodegas y en los diferentes despachos.
- Cargar y descargar la mercadería en general.
- Empacar y entarimar las solicitudes de pedido de los diferentes despachos.
- Almacenar en los estantes correspondientes la mercadería.
- Colaborar en el plaqueo de los activos de la institución.

- Participar en los inventarios físicos parciales y generales que se efectúan en los despachos.
- Elaborar reportes diversos relacionados con las funciones de su competencia.
- Atender y resolver consultas de sus superiores, compañeros y usuarios.
- Realizar otras labores propias del cargo.

Área de Operación.

Jefe de Operaciones.

Departamento: Agencia Santa Elena y Montañita.

Descripción del puesto: Liderar todos los procesos del área, que aseguran la continuidad operacional, tales procesos son: planificar, administrar, controlar y monitorear el área de operaciones informáticas, liderando un equipo de profesionales multidisciplinario, en ambientes de trabajo a presión, siendo el compromiso una característica y mística del área.

Funciones:

- Gestionar el área de operaciones, definiendo planes y programas de trabajo. Es importante la definición de niveles de servicios a asociados a la criticidad de los mismos.
- Liderar y coordinar a los distintos profesionales encargados de la continuidad operacional de los sistemas.
- Formular políticas y procedimientos del área, destinados a garantizar altos estándares en materia de rendimiento, disponibilidad y seguridad informática.
- Asegurar sustentabilidad y desarrollo tecnológico.
- Velar por la correcta aplicación de las políticas TI del ministerio y la calidad de los servicios entregados, definidos para la continuidad operacional.
- Liderar equipos multidisciplinarios.

Responsabilidades:

- Generar, validar planes y programas de trabajo.
- Administrar y controlar riesgos asociados y cambios en la planificación original.
- Diseñar y mantener planes de contingencia ante siniestros.
- Gestionar los niveles de servicio comprometidos.
- Aplicar estándares y mejores prácticas en gestión de servicios.
- Coordinar con jefes de área de la SDIT todas las actividades que se interrelación.
- Gestionar los contratos con proveedores asociados a funciones de operaciones.
- Relacionar y coordinar todas las funciones y actividades que se relacionan con otras áreas de la Subdirección de Informática (Proyectos, soporte y planificación).

Requisitos:

- Experiencia mínima de 2 años en el mismo cargo.
- Título de Tercer Nivel en Ingeniería Comercial, Economista.

Jefe de Sucursal.

Departamento: Agencia Santa Elena y Montañita

Descripción del puesto: Planear, organizar, integrar, direccionar y controlar la administración de la Agencia Santa Elena y la Agencia Norte de Montañita.

Posee el cargo de la gestión de los negocios comerciales. Administra los recursos asignados por los usuarios, para que cuenten con el mejor nivel de servicio en la demanda de sus necesidades.

Funciones:

- Planear y determinar el curso de acción a seguir en la Agencia en coordinación con la Gerencia General.
- Agrupar las actividades en una estructura lógica.
- Coordinar los esfuerzos, en caso de darse horas extras.
- Asegurarse que se haga lo planificado, impulsando, coordinando y vigilando las funciones de cada elemento; brindando motivación adecuada a los subordinados para generar un profundo interés por su labor.
- Ser autoridad para indicar como ejecutar una acción.
- Comunicar el flujo de información entre todos los elementos de la administración.
- Supervisar y asegurarse si las actividades se están realizando como se habían planeado.
- Controlar las acciones en relación con lo que se había establecido y comparar los resultados reales con los estimados para corregir las desviaciones y eliminar los obstáculos.

Responsabilidades:

- Elaborar programas y elaborar objetivos a corto, mediano y a largo plazo.
- Elaborar y ejecutar programas, estableciendo objetivos y metas a corto, mediano y largo plazo.
- Establecer sistemas de control, supervisión y evaluación de programas.
- Proponer medidas y ajustes a sus actividades y elaborar informes para sus superiores.
- Requisitos:
 - Experiencia mínima de 2 años en el mismo cargo
 - Título de Tercer Nivel en Ingeniería Comercial, Economista.

Asistente de Sucursal.

Departamento: Agencia Santa Elena y Montañita.

Descripción del puesto: Planear y organizar los enlaces con los turistas que deseen el servicio y avisar a la oficina central, también control al personal de la sucursal.

Funciones:

- Coordina las funciones de los guías turísticos y vendedores.
- Coordina los esfuerzos, en caso de darse horas extras.
- Asegura que se cumpla lo planificado, impulsando, coordinando y vigilando las funciones de cada elemento.
- Comunica el flujo de información entre todos los elementos de la administración.

Responsabilidades:

- Mantener informado al Jefe de la Sucursal de todas las situaciones de ventas.
- Establecer supervisión dentro y fuera de la sucursal a los clientes.
- Proponer medidas y ajustes a sus actividades y elaborar informes para sus superiores.

Requisitos:

- Experiencia laboral de 2 años.
- Ingeniero en administración de empresas y/o carreras afines.

Vendedor.

- Departamento: Sucursal de Santa Elena y Montañita.

- Descripción del puesto: Atención al cliente y generador de ventas.

Funciones:

- Promocionar el servicio que la empresa ofrece a los diferentes turistas nacionales y extranjeros.
- Determinar el curso de acción a seguir antes y después de las ventas.
- Mantener informado a sus superiores de todas las situaciones de ventas.
- Coordinar sus actividades y elaborar informes para sus superiores.

Requisitos:

- Bachiller en carrera administrativa, contabilidad y afines.

Cajera.

- Departamento: Sucursal Santa Elena y Montañita.
- Descripción del puesto: Atención al cliente.

Funciones:

- Recibe transferencias de pago en efectivo y virtual por los servicios prestados.
- Cuadrar la caja al final de la jornada laboral.

Requisitos:

- Bachiller.
- Servicio al cliente.

Conductores/choferes de vehículos.

Descripción del puesto: traslada a los usuarios a los diferentes puntos turísticos.

Funciones:

- Llenar formulario de control de combustible.
- Reporta daños de los vehículos.
- Revisión de los vehículos previo a los recorridos turísticos.
- Responsabilidades.
- Cumplir con los horarios planificados semanales para los recorridos.
- Requisitos.
- Bachiller con licencia profesional tipo E.

Guía Turístico.

- Departamento: Agencia Santa Elena y Montañita.
- Descripción del puesto: Al igual que el Gerente General forma parte importante dentro de la empresa ya que combina el "calor humano" con la transición de información en el campo del turismo organizado. Atiende las inquietudes del turista y lo orienta en su idioma durante su recorrido.

Funciones:

- Recibe las instrucciones de la empresa sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar que incluye: tipo de tours, órdenes de servicios, presupuesto para gastos del tours y pases a instalaciones restringidas.
- Elabora informe al finalizar el servicio de guianza.
- Controla el grupo de turista que están bajo su responsabilidad.
- Toma decisiones en situaciones especiales que afectan a los turistas.
- Coordina los servicios que se le prestan a los turistas durante los recorridos.
- Asiste a los turistas en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios.
- Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del recorrido.
- Explicar los rasgos del paisaje ambiental.

- Explicar cuáles son los problemas ambientales.
- Manejar los aspectos recreativos del lugar.
- Explicar las características del entorno.
- Señalar la necesidad de preservar.
- Explicar las normas de seguridad.

Responsabilidades:

- Supervisar la unidad de transporte a utilizar, para evitar accidentes.

Requisitos:

- Experiencia de 2 años como Guía turístico.
- Título de 3er. Nivel (Licenciado en Turismo).
- Experiencia en manejo de otros idiomas.

Jefe de Marketing y Ventas

Departamento: Marketing y Ventas.

Descripción del puesto: Elaborar un Plan de Marketing y determinar a corto, medio y largo plazo las cuotas de mercado, las cifras de negocios y los beneficios.

También debe diseñar estrategias para alcanzar los objetivos previstos, determinar los medios para su aplicación y controlar los resultados.

Planificar, organizar, activar y controlar las ventas de los paquetes turísticos estudiantiles en todo el territorio, cerciorándose de que el programa de ventas

se obtenga con un coste mínimo. El comercial debe convertir los beneficios del servicio en beneficios que satisfagan las necesidades del cliente.

Funciones:

- Planificar su propio trabajo, sus visitas a clientes actuales y potenciales, entre otros.
- Preparar nuevas ventas.
- Llevar registros de distintos tipos.
- Consecución de los objetivos.
- Desarrollo y comunicación de políticas de ventas y publicidad.
- Fomentar un equipo de ventas competente.
- Controlar un sistema de información de Marketing.
- Supervisar los resultados.
- Precios.
- Servicio al cliente.
- Relaciones públicas.
- Revisión del Marketing

Responsabilidades:

- Mantener informado al Gerente General de todas las situaciones de ventas.
- Consultar con el Gerente General cuando una situación se les sale de las manos.

Requisitos:

- Experiencia mínima de 2 años en cargos similares.
- Título de 3er. Nivel (Ingeniero en Marketing).

4.8 SERVICIOS A OFRECER DENTRO DE LA COMPAÑÍA TOUR SPONDYLUS.

Servicio de Chivas.- Recorrido que se realiza desde la Sucursal Santa Elena pasando al mirador turístico luego hacia la Ruta del Spondylus realizando las respectivas paradas en los atractivos turísticos de las comunas.

Servicio de Discoteca.- De igual forma incluyendo música disco con baile.

4.8.1 Servicio.

El servicio que se está planificando mediante este estudio de investigación es la de brindar recorridos a través de Buses Chivas Turísticas desde el punto de partida de la ciudad de Santa Elena recorriendo toda la Ruta del Spondylus hasta llegar a la comuna de Olón, visitando cada uno de los atractivos turísticos que existan en cada una de las comunas visitadas.

4.8.2 Beneficios del servicio.

- Recorrido por la Ruta del Spondylus.
- Horarios a escoger.
- Información de un Guía Turístico.
- Información a través de dípticos o trípticos.
- Refrigerio en el horario del día.
- Coctel en el horario de la noche.
- Servicio de Karaoke.
- Discoteca.
- Paquetes promocionales para grupos.

4.9 ESTUDIO DE MERCADO.

4.9.1 Segmentación de Mercado.

El servicio de recorrido en chivas turísticas tiene una gran acogida por turistas nacionales y extranjeros que visitan nuestra provincia durante todo el año y que no solamente buscan diversión en las playas sino también en las diferentes atracciones de esparcimiento que se encuentran en el cantón Santa Elena.

De igual forma para vuestros hermanos peninsulares es de gran expectativa de que se cree una empresa que realice recorridos y conocer el potencial turístico de cada una de las comunas, esto permitirá mejorar la calidad de vida de los peninsulares a mayor circulación de los recursos económicos.

4.9.2 Determinación de la población objetivo.

Para establecer la población objetivo se toma en consideración el número de turistas que nos visitan, tomando como referencia el feriado de carnaval del año 2014, que ingresaron aproximadamente unos 160.000 turistas diarios.

Entre turistas que vienen en sus propios vehículos, que se movilizan en buses de servicio interprovincial (ALTRAPEN, TRANS ESMERALDAS, BAÑOS, entre otros), y en buses alquilados a nivel nacional.

Identificación de la demanda potencial.

Considerando que la mayor parte de los turistas que visitan nuestra provincia se movilizan en bus interprovincial, del cual nuestra demanda potencial será el 10% de los turistas que nos visitan.

Frecuencia de uso/servicio.

En la provincia de Santa Elena, no existen empresas que realicen recorridos turísticos, que permitan al turista nacional y extranjero que visita nuestra península conocer cada una de los atractivos de esparcimiento.

Bajo esta necesidad que se presenta en el turista y con la intención de que el turismo vaya creciendo en la provincia de Santa Elena, se plantea mediante este estudio de investigación la creación una empresa de recorridos a través de chivas turísticas.

4.9.3 Proyección de la demanda.

En el mercado local, no existe información de cuál sería la demanda de este servicio turístico, por cuanto en la actualidad no existe una empresa que brinde esta opción de recreación y esparcimiento de turismo; sin embargo, se toma una proyección anual de cuantos personas se puedan acoger mediante el servicio con las unidades que se adquirirán en el presente proyecto.

Se dispone de dos buses – chivas, con una capacidad de 30 personas realizando tres recorridos diarios, considerando que se labora 6 días a la semana.

De acuerdo a la proyección de demanda realizada prestando servicios de recorridos turísticos con dos unidades automotrices, se pueden acoger semanalmente 1.080 personas, mensualmente 4.320 personas y al año 51.840 personas, referentes a un 10 % de habitantes locales y a un 90 % de turistas en su totalidad.

Es importante anotar, que las rutas se han programado de acuerdo a las necesidades que requiere la empresa para determinar los ingresos por el servicio de las chivas y discotecas.

CUADRO N° 6 Proyección de Demanda

TOURS SPONDYLUS 1	CAPACIDAD	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
09H00 - 12H00	30	180	720	8.640
14H00 - 17H00	30	180	720	8.640
20h00 - 00H00	30	180	720	8.640
TOTAL		540	2.160	25.920
TOURS SPONDYLUS 2	CAPACIDAD	SEMANAL	MENSUAL	ANUAL
10H00 - 13H00	30	180	720	8.640
13H00 - 18H00	30	180	720	8.640
20h30 - 00H30	30	180	720	8.640
TOTAL		540	2.160	25.920
TOTAL CAPACIDAD		1.080	4.320	51.840

Fuente: Turistas Nacionales y Extranjeros
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Además se considera el servicio de discoteca con un 80% de los que utilizan el servicio de chivas, dando un tal de 41.472 usuarios;

4.9.4 Análisis de la oferta.

Identificación de los competidores.

En la actualidad no existen empresas que brinden este servicio en la provincia de Santa Elena, por tal razón los turistas se conforman por visitar tan solo un lugar por cada visita que realice a la península y solo disfrutan de un balneario o playa. Considerando que los transportes urbanos y rurales internos de la provincia de Santa Elena, recorren toda la Ruta del Spondylus hasta llegar a la provincia de Manabí, sin embargo esto es una desventaja para los turistas que no conocen nuestro territorio ya que estos medios de transporte no existen o no brindan ningún servicio de información turística.

Demanda insatisfecha.

Está determinada por la disconformidad entre la demanda y la oferta, a través de un análisis relativo.

CUADRO N° 7 Demanda Insatisfecha

N°	PRODUCTO	Demanda Total Promedio	Oferta Total Promedio	Demanda Insatisfecha
1	Total Capacidad recorridos	51.840	0	51.840

Fuente: Turistas Nacionales y Extranjeros
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Si bien es cierto, año a año la provincia de Santa Elena acoge a miles de turistas nacionales y extranjeros durante todo el año, y que solo disfrutan de las playas porque desconocen de otras opciones turísticas que existen en la península. De acuerdo a la investigación realizada en la pregunta N° 11 de la encuesta, fácilmente cuenta que el 86% de los turistas encuestados están dispuestos a utilizar este servicio de recorrido turístico a través de los buses – chivas.

Como no existe una empresa o persona natural que brinde este servicio en la Provincia de Santa Elena, se toma en consideración que la demanda insatisfecha es de 51.840 turistas entre nacionales y extranjeros.

4.10 ANÁLISIS CON LA HERRAMIENTA FODA.

4.10.1 Fortalezas.

- Servicio innovador.
- Está ubicado en sectores de mayor afluencia turística.
- Guías con experiencia para el buen manejo de turistas.
- Precios asequibles.
- Se ofrece un recorrido con vista privilegiada.

4.10.2 Debilidades

- Mantenimiento costoso de las unidades.
- Poca inversión en comunicación para dar información del servicio.
- Población local como extranjera que no conoce a la empresa ni sus servicios.

4.10.3 Oportunidades

- No hay competencia directa.
- Posibles alianzas con empresas públicas y privadas para brindar servicios de paquetes turísticos.
- Alianzas con escuelas, colegios y universidades para hacer excursiones en la ciudad.
- Población con anhelo de recorrer diferentes lugares de la ciudad para el esparcimiento familiar.

4.10.4 Amenazas.

- Inseguridad social en la ciudad.
- Tráfico inesperado en el cono urbano produciendo un desajuste en los horarios establecidos.
- Inversionistas o empresarios extranjeros que implementen empresas similares.

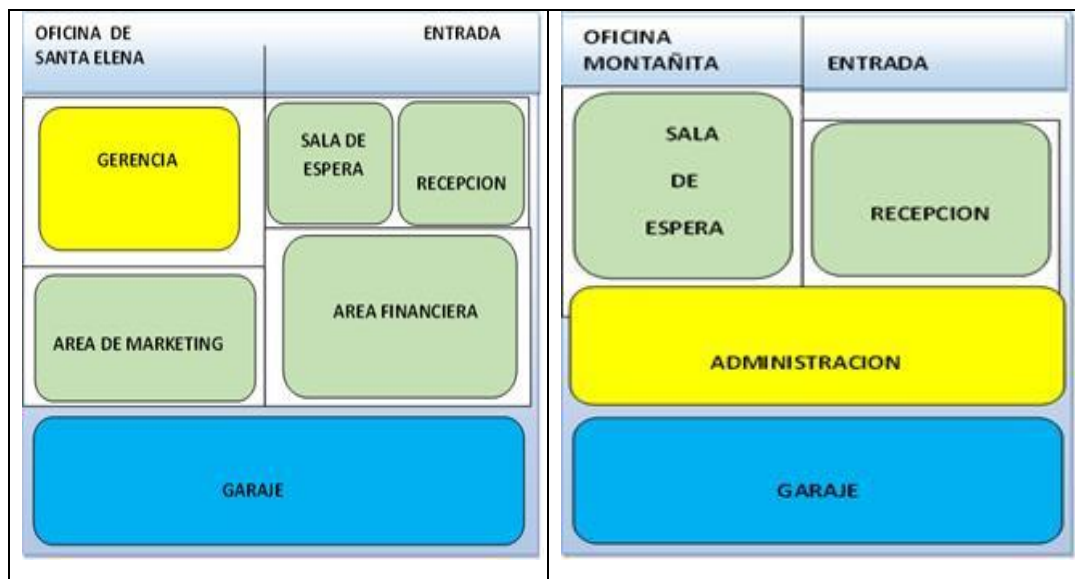
4.11 ESTUDIO TÉCNICO.

4.11.1 Infraestructura de la Empresa.

La infraestructura de esta empresa que se está creando, se la realizará en base al orgánico estructural y de acuerdo al orgánico funcional que se ha dispuesto para la operación y el inicio de actividades. Toda infraestructura se la construirá con la única finalidad de poder brindar un servicio de calidad a todos los clientes.

Se construirá dos edificaciones, la primera estará ubicada en la ciudad de Santa Elena, con oficinas para una gerencia general, oficinas para el área administrativa – financiera, marketing, sala de espera y la segunda edificación estará ubicada en la comuna de Montañita con un área administrativa y una sala de espera para los turistas.

GRÁFICO N° 26 Distribución de la Empresa



Fuente: Diseño de Plano de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.11.2 Capacidad Instalada.

De acuerdo a la propuesta que se está realizando en el presente estudio de investigación, la capacidad de la empresa de recorrido turístico a través de chivas divertidas es del 60%, considerando un promedio de 30 personas que ingresarían en bus por viaje sobre la capacidad máxima de 50 personas.

CUADRO N° 8 Capacidad Instalada

N°	DETALLES	60% Capacidad Instalada	100% Capacidad Total
1	Turistas	30	50

Fuente: Capacidad Instalada de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.11.3 Tamaño.

La empresa de recorrido turístico a través de los buses – chivas divertidas, cuenta con un área de 300 metros cuadrados en la ciudad de Santa Elena y de 200 metros cuadrados en la comuna de Montañita, detallados de la siguiente manera:

SANTA ELENA.

- Norte: Calle Juan Montalvo.
- Sur: Calle 18 de Agosto.
- Este: Calle Manabí.
- Oeste: Calle Sucre.

MONTAÑITA.

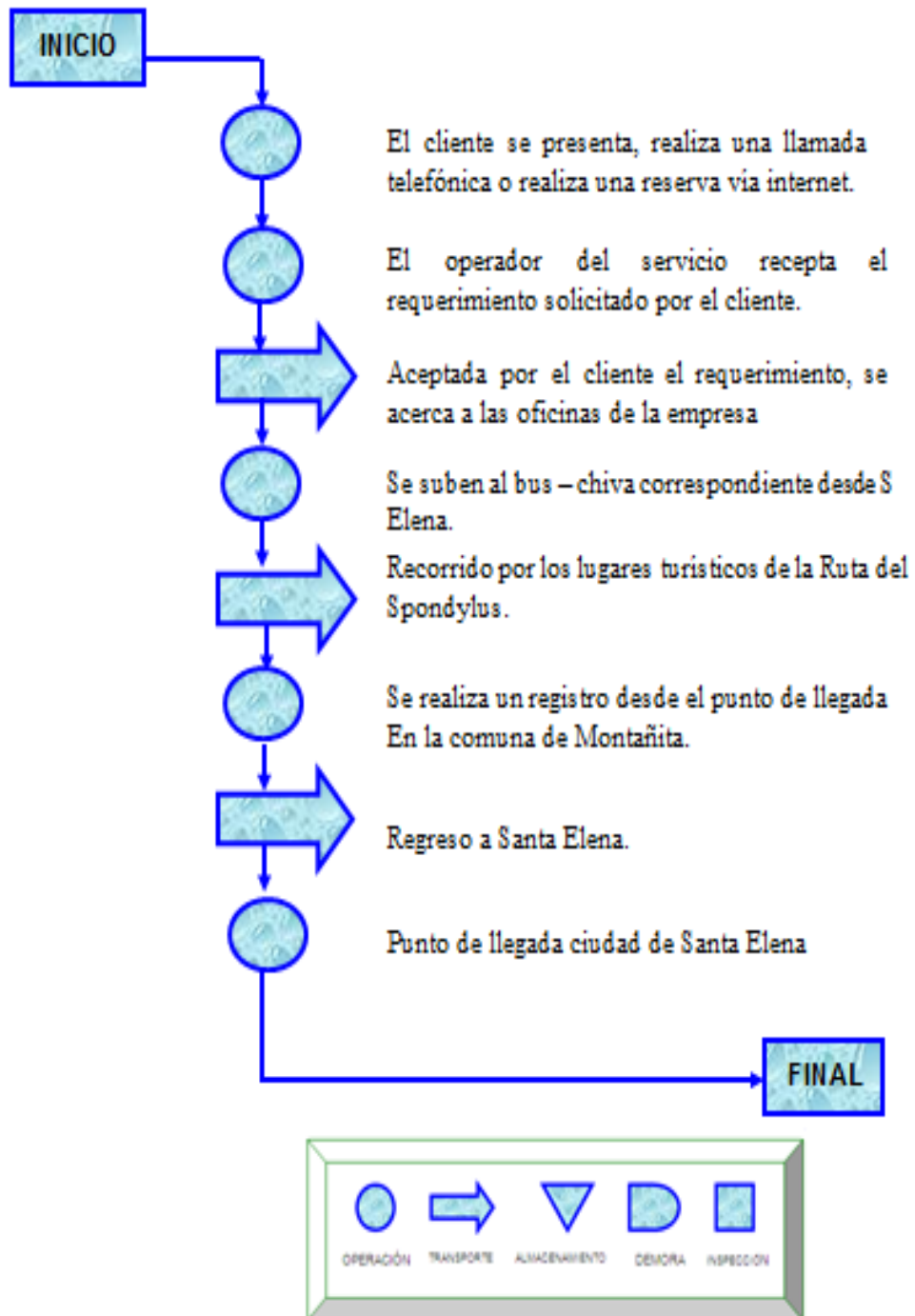
- Norte: Calle Pública.
- Sur: Calle Pública.
- Este: Vía Montañita – Olón.
- Oeste: Calle Pedro Carrión.

4.12 DESCRIPCIÓN DE LOS PROCESOS.

El proceso para brindar el servicio de recorridos turísticos a través de las chivas divertidas, comienza una vez que el cliente hace la reserva del servicio personalmente, vía telefónica o vía internet. Cumplido con este proceso, el cliente está apto para utilizar el servicio recorriendo por cada una de las comunas de la Ruta del Spondylus, visitando los lugares turísticos, como museos, acuarios, playas, lugares para degustar de la gastronomía, entre otros. Con un recorrido de cuatro horas, saliendo desde la ciudad de Santa Elena, hasta la comuna de Olón, regresando hasta la comuna de Montañita donde el bus – chivas divertidas realiza un registro de llegada. Después de un tiempo establecido y reglamentado los turistas visitaran la comuna Montañita, última parada para luego el regreso a Santa Elena, en el mismo lugar de salida.

4.12.1 Diagrama de flujos de los Procesos.

GRÁFICO N° 27 Flujo grama de los Procesos.



Fuente: Procesos de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.13 ESTUDIO FINANCIERO.

4.13.1 Inversión Inicial.

La inversión inicial del presente estudio de investigación, se basa en la estructura económica del capital, que tiene un valor de 358.130 dólares el cual se requiere para poner en marcha el proyecto, considerando la adquisición de los activos fijos, los gastos de constitución de la empresa y el capital de trabajo, de los cuales el 25% capital propio y el 75 % financiado a 10 años.

Activos.

Son todos aquellos bienes que pertenecen a la empresa, los mismos que han sido adquiridos para la operatividad de la compañía, dentro de las áreas administrativas y ventas. Mediante el presente estudio de investigación, se ha determinado los activos fijos que la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A., que requiere para poner en marcha el proyecto, los mismos que se detallan a continuación.

TABLA N°18 Activos Fijos

ACTIVOS	VALOR
Inversión Equipos de computación	\$ 5.840,00
Inversión Equipos de oficina	\$ 7.960,00
Inversión Maquinarias y Herramientas (Vehículos)	\$ 170.000,00
Inversión Infraestructura	\$ 120.000,00
Inversión Terreno	\$ 15.000,00
Inversión Muebles de Oficina	\$ 1.960,00
TOTAL	\$ 320.760,00

Fuente: Procesos de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Activos Intangibles.

Son todos los bienes que la empresa ha pagado o adeuda para la operación de la misma, como son gastos de constitución, pago de patentes de comerciante y 1.5 por mil sobre los activos totales para la obtención del permiso de funcionamiento.

A continuación se detalla los activos intangibles que necesita la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.

TABLA N°19 Activos Intangibles

Rubro	Valor
Permisos legales	\$ 200,00
Permisos municipales	\$ 800,00
Superintendencia de compañía	\$ 800,00
Honorarios profesionales	\$ 1.000,00
Imprevistos	\$ 200,00
TOTAL	\$ 3.000,00

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.13.2 Capital de Trabajo.

En términos financieros el capital de trabajo, se lo calcula tomando en consideración el total de los activos corrientes deduciendo los pasivos corrientes, obteniendo un saldo positivo cuando los activos son superiores que los pasivos.

Es muy importante calcular la inversión con la cual se va a iniciar el proyecto de investigación, permitirá conocer cuál es la cantidad que se necesita para emprender con el negocio y por ende buscar las fuentes de financiamientos.

El cálculo que se ha empleado para determinar el capital de trabajo es a través del método de déficit acumulado máximo, utilizando un flujo de caja mensual,

tomando en consideración los ingresos menos los egresos para obtener el saldo acumulado.

Como se puede visualizar en el siguiente cuadro, nuestro capital de trabajo es \$ 3.254,17

TABLA N°20 Capital de Trabajo

ELEMENTO	VOLUMEN DE LAS OPERACIONES	PMM	VALOR MEDIO
			MASA PATRIMONIAL
Proveedores (p)	55.987	1	155,52
Pasivo circulante (Pc)			155,52
Materiales (m)	55.987	1	155,52
Costos de Producción (f)	185.919	2	1.032,88
Servicios de transporte (v)	185.919	4	2.065,77
Clientes (c)	0	1	0,00
Activo circulante (Ac)			3.254,17
		Garantía	15,55
		Pasivo Circulante	155,52
		Fmctprevisto	3.114,20
	Anual	Aportación	37.370,42

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Detalle de la inversión inicial.

La CÍA TOURS SPONDYLUS S.A., requiere una inversión inicial de \$ 358.130,00, como recursos para iniciar con la operación de la empresa, detallados en el siguiente cuadro:

TABLA N°21 Inversión Inicial

DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS O TANGIBLES	\$ 320.760,00
ACTIVOS INTANGIBLES (Gastos de Constitución)	- \$ 3.000,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 37.370,42
TOTAL	\$ 358.130,42

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.13.3 Financiamiento.

Se ha estimado una inversión total de la misma que se requiere para la puesta en marcha del proyecto de creación de una empresa de servicios de recorridos turísticos en chivas divertidas. En este cuadro se realiza la propuesta para el financiamiento de la inversión, siendo el 25% por aporte de los inversionistas y el 75% por préstamos a la Corporación financiera nacional.

TABLA N° 22 Financiamiento

Rubro	Porcentaje	Valor
Aporte capital propio	25%	\$ 89.532,61
Préstamo A CFN	75%	\$ 268.598,00
Inversión Inicial		\$ 358.130,61
Tasa	12.00%	
Plazo en Años	10	

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Los diferentes rubros que constituyen parte de la inversión total, son el resultado de estimaciones por cada uno, los cuales se presentarán más adelante, proporcionando la información necesaria para su cálculo.

4.13.4 Aportación de los Accionistas.

TABLA N°23 Aportación de los Accionistas.

Anexo Acciones Comunes			N. ACCIÓN
ACCIONISTA 1	40%	35.812,80	3.581
ACCIONISTA 2	30%	26.859,60	2.686
ACCIONISTA 3	30%	26.859,60	2.686
AL CAPITAL PROPIO		89.532,00	8.953
VALOR POR ACCIÓN	10		
NUMERO DE ACCIONES	8.953		

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Los valores financiados con capital propio, será financiado por tres accionistas, donde el Accionista 1, tiene el 40% de las acciones y los Accionistas 2 y 3 el 30% de las acciones respectivamente.

4.13.5 Amortización de la Deuda.

El crédito que realizará la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A., es a través del sistema financiero con un valor de \$ 268.598,00 dólares a 10 años plazo con una tasa de interés del 12%, con dividendos fijos que se detallan en la tabla de amortización.

TABLA N°24 Tabla de Amortización

PRESTAMO HIPOTECARIO				
PERIODO	DIVIDENDOS	INTERES	AMORTIZACIÓN DE CAPITAL	SALDO FINAL
				268.598
2014	59.091	32.232	26.860	241.738
2015	55.868	29.009	26.860	214.878
2016	52.645	25.785	26.860	188.018
2017	49.422	22.562	26.860	161.159
2018	46.199	19.339	26.860	134.299
2019	42.976	16.116	26.860	107.439
2020	39.752	12.893	26.860	80.579
2021	36.529	9.670	26.860	53.720
2022	33.306	6.446	26.860	26.860
2023	30.083	3.223	26.860	0

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.13.6 Proyección de Ingresos.

Para determinar los valores de ingresos, la CÍA TOURS SPONDYLUS S.A., ha realizado un estudio de mercado tomando como base los datos obtenidos acerca de la demanda en consideración a los precios fijados y los beneficios que tienen los clientes al optar por el servicio en chivas y discoteca.

TABLA N°25 Ingresos Proyectados.

DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
SERVICIO CHIVAS	259.200,00	285.768.,00	315.059,00,	347.353,00	382.956,00	422.209,00	465.486,00	513,198,00	565.801,00	623.796,00
SERVICIO DISCOTECAS	207.360,00	228.614,00	252.047,00	277.882,00	306.365,00	337.768,00	372.389,00	410.559,00	452.641,00	499,037,00

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

TABLA N° 26 Demanda proyectada.

DEMANDA CHIVAS	51.840	54.432	57.154	60.011	63.012	66.162	69.471	72.944	76.591	80.421
DEMANDA DISCOTECAS	41.472	43.546	45.723	48.009	50.409	52.930	55.576	58.355	61.273	64.337

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

TABLA N° 27 Rol de Pago

#	CARGO	NONIMA DE PAGO				PROVISIÓN DE BENEFICIOS SOCIALES							
		SUELDO	TOTAL INGRESOS anual	APORTE (IESS) INDIVIDUAL	TOTAL A PAGAR	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE (IESS) PATRONAL	TOTAL BENEFICIOS	TOTAL mensual	TOTAL ANUAL
1	GERENTE GENERAL	\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	\$ 130,90	\$ 16.669,10	\$ 116,67	\$ 28,33	\$ 58,33	\$ 116,67	\$ 170,10	\$ 490,10	\$ 1.890,10	\$ 22.681,20
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVA	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 56,10	\$ 7.143,90	\$ 50,00	\$ 28,33	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 72,90	\$ 226,23	\$ 826,23	\$ 9.914,80
1	JEFE FINANCIERO	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 93,50	\$ 11.906,50	\$ 83,33	\$ 28,33	\$ 41,67	\$ 83,33	\$ 121,50	\$ 358,17	\$ 1.358,17	\$ 16.298,00
1	JEFE DE SUCURSAL	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 74,80	\$ 9.525,20	\$ 66,67	\$ 28,33	\$ 33,33	\$ 66,67	\$ 97,20	\$ 292,20	\$ 1.092,20	\$ 13.106,40
1	JEFE DE BODEGA	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 42,08	\$ 5.357,93	\$ 37,50	\$ 28,33	\$ 18,75	\$ 37,50	\$ 54,68	\$ 176,76	\$ 626,76	\$ 7.521,10
	TOTAL ADMINISTRATIVO	\$ 4.250,00	\$ 51.000,00	\$ 397,38	\$ 50.602,63	\$ 354,17	\$ 141,67	\$ 177,08	\$ 354,17	\$ 516,38	\$ 1.543,46	\$ 5.793,46	\$ 69.521,50
1	JEFE DE OPERACIONES	\$ 1.200,00	\$ 14.400,00	\$ 112,20	\$ 14.287,80	\$ 100,00	\$ 28,33	\$ 50,00	\$ 100,00	\$ 145,80	\$ 424,13	\$ 1.624,13	\$ 19.489,60
1	CHOFER	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 74,80	\$ 9.525,20	\$ 66,67	\$ 28,33	\$ 33,33	\$ 66,67	\$ 97,20	\$ 292,20	\$ 1.092,20	\$ 13.106,40
1	CHOFER	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 74,80	\$ 9.525,20	\$ 66,67	\$ 28,33	\$ 33,33	\$ 66,67	\$ 97,20	\$ 292,20	\$ 1.092,20	\$ 13.106,40
1	GUIA TURÍSTICO	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 60,78	\$ 7.739,23	\$ 54,17	\$ 28,33	\$ 27,08	\$ 54,17	\$ 78,98	\$ 242,73	\$ 892,73	\$ 10.712,70
1	GUIA TURÍSTICO	\$ 650,00	\$ 7.800,00	\$ 60,78	\$ 7.739,23	\$ 54,17	\$ 28,33	\$ 27,08	\$ 54,17	\$ 78,98	\$ 242,73	\$ 892,73	\$ 10.712,70
	TOTAL PRODUCCIÓN	\$ 4.100,00	\$ 49.200,00	\$ 383,35	\$ 48.816,65	\$ 341,67	\$ 141,67	\$ 170,83	\$ 341,67	\$ 498,15	\$ 1.493,98	\$ 5.593,98	\$ 67.127,80
1	JEFE DE MARKETING	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 93,50	\$ 11.906,50	\$ 83,33	\$ 26,50	\$ 41,67	\$ 83,33	\$ 121,50	\$ 356,33	\$ 1.356,33	\$ 16.276,00
1	ASISTENTE DE SUCURSAL	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 56,10	\$ 7.143,90	\$ 50,00	\$ 26,50	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 72,90	\$ 224,40	\$ 824,40	\$ 9.892,80
1	VENDEDOR	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 37,40	\$ 4.762,60	\$ 33,33	\$ 26,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 48,60	\$ 158,43	\$ 558,43	\$ 6.701,20
1	CAJERA	\$ 340,00	\$ 4.080,00	\$ 31,79	\$ 4.048,21	\$ 28,33	\$ 26,50	\$ 14,17	\$ 28,33	\$ 41,31	\$ 138,64	\$ 478,64	\$ 5.743,72
	TOTAL VENTAS	\$ 2.340,00	\$ 28.080,00	\$ 218,79	\$ 27.861,21	\$ 195,00	\$ 106,00	\$ 97,50	\$ 195,00	\$ 284,31	\$ 877,81	\$ 3.217,81	\$ 38.613,72
13		\$ 10.690,00	\$ 128.280,00	\$ 999,52	\$ 127.280,49	\$ 890,83	\$ 389,33	\$ 445,42	\$ 890,83	\$ 1.298,84	\$ 3.915,25	\$ 14.605,25	\$ 175.263,02

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Los ingresos que se proyectan en el estudio de investigación, son considerados de los datos obtenidos en el estudio de mercado acerca de la demanda así como también los precios fijados para los servicios a prestarse – chivas turísticas: servicio chivas y servicio discoteca, donde se refleja incremento en los ingresos en el primer año y así progresivamente para los siguientes años continuos, siendo de \$5,00.

4.13.7 Gastos Operativos Proyectados.

TABLA N°28 Gastos Generales Administrativos

GASTOS GENERALES Y ADMINISTRATIVOS		
DESCRIPCIÓN	REQ. MENSUAL	REQ. ANUAL
SERVICIOS BÁSICOS		
Sueldos y Salarios	\$ 5.793,46	\$ 69.521,50
Agua	\$ 6,00	\$ 72,00
Electricidad	\$ 20,00	\$ 240,00
Otros	\$ 25,00	\$ 300,00
Teléfono	\$ 25,00	\$ 300,00
MATERIALES DE LIMPIEZA		
Escobas	\$ 5,00	\$ 60,00
Trapeadores	\$ 8,00	\$ 96,00
Baldes capacidad 10 litros	\$ 5,00	\$ 60,00
Jabón	\$ 12,00	\$ 144,00
Desinfectante	\$ 5,00	\$ 60,00
Esponjas (Paca)	\$ 6,00	\$ 72,00
Detergente	\$ 12,00	\$ 144,00
Repelente	\$ 5,00	\$ 60,00
MATERIALES DE OFICINA		
Suministros de oficina	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Papelería	\$ 150,00	\$ 1.800,00
Imprevistos	\$ 80,00	\$ 960,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 75.689,50

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.

Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

Durante el período de operación del proyecto la empresa también incurrirá sus gastos administrativos ligados directamente al funcionamiento de la empresa como se detalla en el cuadro anterior con un total de gastos de \$ 75.689,00 dólares anuales.

4.13.7.1 Gastos de Ventas.

TABLA N° 29 Gastos de Ventas.

GASTOS DE VENTAS		
DESCRIPCIÓN	REQ. MENSUAL	REQ. ANUAL
Sueldos y Salarios	\$ 3.217,81	\$ 38.613,72
Agua	\$ 6,00	\$ 72,00
Electricidad	\$ 20,00	\$ 240,00
Teléfono	\$ 30,00	\$ 360,00
Publicidad en prensa	\$ 1.597,50	\$ 19.170,00
Suministros de oficina	\$ 208,33	\$ 2.500,00
Papelería	\$ 200,00	\$ 2.400,00
Imprevistos	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL GASTOS DE VENTAS		\$ 64.555,72

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

De igual manera la empresa de servicios de recorridos turísticos en chivas divertidas presupuesta los gastos de ventas de manera mensual por cada rubro, con un total anual de \$ 64.555,72 dólares.

4.13.8 Depreciaciones.

Las depreciaciones de los activos fijos son divididas en dos rubros, área de producción y operativa, se considera el método de línea recta, con la vida útil de equipos y muebles de oficina a 5 años, los equipos de computación a 3 años, Infraestructura a 20 años, maquinarias y equipos a 10 años, asumiendo que su valor de salvamento es cero. Para más detalles sobre los rubros que se usaron para el cálculo de la depreciación, véase en anexo como muestran los indicadores.

TABLA N° 30 Depreciaciones.

ÁREA DE PRODUCCIÓN

DESCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Depreciación Equipos de Computación	285	285	285	570	570	570	855	855	855	1.140
Depreciación Equipos de Oficina	604	604	604	604	604	1.208	1.208	1.208	1.208	1.208
Depreciación Infraestructura	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400	5.400
Depreciación Maquinarias y Herramientas	16.150	16.150	16.150	16.150	16.150	16.150	16.150	16.150	16.150	16.150
Depreciación Muebles de Oficina	39,9	39,9	39,9	39,9	39,9	79,8	79,8	79,8	79,8	79,8

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

ÁREA OPERATIVA

DEWSCRIPCIÓN	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
Depreciación Equipos de Computación	1.564	1.564	1.564	3.129	3.129	3.129	4.693	4.693	4.693	6.257
Depreciación Equipos de Oficina	908	908	908	908	908	1.816	1.816	1.816	1.816	1.816
Depreciación Muebles de Oficina	333	333	333	333	333	665	665	665	665	665

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.13.9 Estado de resultado proyectado.

TABLA N° 31 Estado de resultado proyectado

ESTADO DE RESULTADOS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS POR SERVICIO CHIVAS	\$ 259.200,00	\$ 285.768,00	\$ 315.059,22	\$ 347.352,79	\$ 382.956,45	\$ 422.209,49	\$ 465.485,96	\$ 513.198,27	\$ 565.801,09	\$ 623.795,71
INGRESOS POR SERVICIO DISCOTECA	\$ 207.360,00	\$ 228.614,40	\$ 252.047,38	\$ 277.882,23	\$ 306.365,16	\$ 337.767,59	\$ 372.388,77	\$ 410.558,62	\$ 452.640,87	\$ 499.036,56
TOTAL INGRESOS BRUTOS	\$ 466.560,00	\$ 514.382,40	\$ 567.106,60	\$ 625.235,02	\$ 689.321,61	\$ 759.977,08	\$ 837.874,73	\$ 923.756,89	\$ 1.018.441,97	\$ 1.122.832,27
IVA	\$ 49.988,57	\$ 55.112,40	\$ 60.761,42	\$ 66.989,47	\$ 73.855,89	\$ 81.426,12	\$ 89.772,29	\$ 98.973,95	\$ 109.118,78	\$ 120.303,46
TOTAL INGRESOS NETOS	\$ 416.571,43	\$ 459.270,00	\$ 506.345,18	\$ 558.245,56	\$ 615.465,72	\$ 678.550,96	\$ 748.102,44	\$ 824.782,93	\$ 909.323,19	\$ 1.002.528,81
COSTO DE PRODUCCIÓN										
INSUMOS CHIVAS	\$ 31.104,00	\$ 34.292,16	\$ 37.807,11	\$ 41.682,33	\$ 45.954,77	\$ 50.665,14	\$ 55.858,32	\$ 61.583,79	\$ 67.896,13	\$ 74.855,48
INSUMOS DISCOTECA	\$ 24.883,20	\$ 27.433,73	\$ 30.245,69	\$ 33.345,87	\$ 36.763,82	\$ 40.532,11	\$ 44.686,65	\$ 49.267,03	\$ 54.316,90	\$ 59.884,39
MANO DE OBRA	\$ 67.127,80	\$ 70.484,19	\$ 74.008,40	\$ 77.708,82	\$ 81.594,26	\$ 85.673,97	\$ 89.957,67	\$ 94.455,56	\$ 99.178,33	\$ 104.137,25
CIF	\$ 37.324,80	\$ 41.150,59	\$ 45.368,53	\$ 50.018,80	\$ 55.145,73	\$ 60.798,17	\$ 67.029,98	\$ 73.900,55	\$ 81.475,36	\$ 89.826,58
Depreciación Equipos de computación	\$ 285,00	\$ 285,00	\$ 285,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 570,00	\$ 855,00	\$ 855,00	\$ 855,00	\$ 1.140,00
Depreciación Equipos de oficina	\$ 604,20	\$ 604,20	\$ 604,20	\$ 604,20	\$ 604,20	\$ 1.208,40	\$ 1.208,40	\$ 1.208,40	\$ 1.208,40	\$ 1.208,40
Depreciación Infraestructura	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00	\$ 5.400,00
Depreciación Maquinarias y Herramientas	\$ 16.150,00	\$ 16.150,00	\$ 16.150,00	\$ 16.150,00	\$ 16.150,00	\$ 16.150,00	\$ 16.150,00	\$ 16.150,00	\$ 16.150,00	\$ 16.150,00
Depreciación Muebles de Oficina	\$ 39,90	\$ 39,90	\$ 39,90	\$ 39,90	\$ 39,90	\$ 79,80	\$ 79,80	\$ 79,80	\$ 79,80	\$ 79,80
MANTENIMIENTO MAQUINARIAS Y HERRAM	\$ 3.000,00	\$ 3.300,00	\$ 3.630,00	\$ 3.993,00	\$ 4.392,30	\$ 4.831,53	\$ 5.314,68	\$ 5.846,15	\$ 6.430,77	\$ 7.073,84
TOTAL COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 185.918,90	\$ 199.139,77	\$ 213.538,82	\$ 229.512,92	\$ 246.614,98	\$ 265.909,12	\$ 286.540,50	\$ 308.746,28	\$ 332.990,69	\$ 359.755,75
UTILIDAD BRUTA	\$ 230.652,53	\$ 260.130,23	\$ 292.806,36	\$ 328.732,63	\$ 368.850,74	\$ 412.641,84	\$ 461.561,93	\$ 516.036,65	\$ 576.332,49	\$ 642.773,06

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.13.10 Flujo de efectivo y flujo de caja libre.

TABLA N° 32 Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO	Año1	Año2	Año3	Año4	Año5	Año6	Año7	Año8	Año9	Año10
INGRESOS BRUTOS	466.560	514.382	567.107	625.235	689.322	759.977	837.875	923.757	1.018.442	1.122.832
COSTOS DE PRODUCCIÓN	163.440	176.661	191.060	206.749	223.851	242.501	262.847	285.053	309.297	335.778
COSTOS OPERATIVOS	172.477	176.266	180.406	184.914	189.808	195.108	200.835	207.009	213.652	220.790
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	8.306	12.159	16.439	20.917	26.201	31.789	38.033	45.278	53.326	61.987
PAGO DE PRESTAMO	26.860	26.860	26.860	26.860	26.860	26.860	26.860	26.860	26.860	26.860
PAGO DE IMPUESTO	60.343	70.270	81.256	93.067	106.520	121.056	137.187	155.421	175.598	197.580
CASH FLOW	35.135	52.167	71.086	92.729	116.082	142.664	172.113	204.137	239.708	279.838

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

TABLA N° 33 Flujo de caja libre.

FLUJO DE EFECTIVO	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10
INGRESOS BRUTOS	466.560	514.382	567.107	625.235	689.322	759.977	837.875	923.757	1.018.442	1.122.832
COSTOS DE PRODUCCIÓN	163.440	176.661	191.060	206.749	223.851	242.501	262.847	285.053	309.297	335.778
COSTOS OPERATIVOS	171.814	175.669	179.875	184.449	189.410	194.777	200.569	206.810	213.520	220.723
PAGO DE PARTICIPACIÓN TRABAJADORES	8.405	12.248	16.519	20.987	26.261	31.838	38.073	45.308	53.346	61.997
PAGO DE PRESTAMO	26.307	26.307	26.307	26.307	26.307	26.307	26.307	26.307	26.307	26.307
PAGO DE IMPUESTO	60.467	70.382	81.355	93.153	106.594	121.118	137.236	155.458	175.623	197.593
CASH FLOW	36.128	53.115	71.991	93.589	116.899	143.436	172.842	204.821	240.349	280.435
CASH FREE										
Inversión Equipos de Computación	-5840	0	0	-5840	0	0	-5840	0	0	-5840
Inversión Equipos de oficina	-7960	0	0	0	0	-7960	0	0	0	0
Inversión Maquinarias y Herramientas (Vehículos)	-170000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Infraestructura	-120000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Terreno	-15000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Inversión Muebles de Oficina	-1960	0	0	0	0	-1960	0	0	0	0
Inversión Capital de Trabajo	-30000	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperación Equipos de Computación		0	0	292	0	0	292	0	0	292
Recuperación Equipos de Oficina		0	0	0	0	398	0	0	0	398
Recuperación Maquinarias y Herramientas		0	0	0	0	0	0	0	0	8.500
Recuperación Infraestructura		0	0	0	0	0	0	0	0	0
Recuperación Muebles de Oficina		0	0	0	0	98	0	0	0	98
Recuperación Capital de Trabajo		0	0	0	0	0	0	0	0	30.000
FLUJO DE INVERSIÓN	-350.760	36.128	53.115	66.443	93.589	107.475	137.888	172.842	204.821	234.801
										319.431

Fuente: Presupuesto de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.13.11 Balance General Proyectado

TABLA N° 34 Balance General Proyectado

ACTIVOS		Año 2014	Año 2015	Año 2016	Año 2017	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022	Año 2023	
EFFECTIVO	\$	37.370,42	\$ 72.505,44	\$ 124.672,01	\$ 195.758,23	\$ 288.487,05	\$ 404.569,19	\$ 547.232,97	\$ 719.346,32	\$ 923.483,08	\$ 1.163.191,17	\$ 1.443.029,62
ACTIVOS FIJOS												
Equipos de computación	\$	5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00	\$ 5.840,00
DEP.EQUIPO COMPUTO		\$ 1.849,33	\$ 3.698,67	\$ 5.548,00	\$ 9.246,67	\$ 12.945,33	\$ 16.644,00	\$ 22.192,00	\$ 27.740,00	\$ 33.288,00	\$ 40.685,33	
Equipos de oficina	\$	7.960,00	\$ 7.960,00	\$ 7.960,00	\$ 7.960,00	\$ 7.960,00	\$ 7.960,00	\$ 7.960,00	\$ 7.960,00	\$ 7.960,00	\$ 7.960,00	\$ 7.960,00
DEP.EQUIPO OFICINA		\$ 1.512,40	\$ 3.024,80	\$ 4.537,20	\$ 6.049,60	\$ 7.562,00	\$ 10.586,80	\$ 13.611,60	\$ 16.636,40	\$ 19.661,20	\$ 22.686,00	
Maquinarias y Herramientas	\$	170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00	\$ 170.000,00
DEP.MAQUINARIAS Y HERRAMIENTAS		\$ 16.150,00	\$ 32.300,00	\$ 48.450,00	\$ 64.600,00	\$ 80.750,00	\$ 96.900,00	\$ 113.050,00	\$ 129.200,00	\$ 145.350,00	\$ 161.500,00	
Muebles de Oficina	\$	1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
DEP.MUEBLES DE OFICINA		\$ 372,40	\$ 744,80	\$ 1.117,20	\$ 1.489,60	\$ 1.862,00	\$ 2.606,80	\$ 3.351,60	\$ 4.096,40	\$ 4.841,20	\$ 5.586,00	
Infraestructura	\$	120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00
DEP. INFRAESTRUCTURA		\$ 5.400,00	\$ 10.800,00	\$ 16.200,00	\$ 21.600,00	\$ 27.000,00	\$ 32.400,00	\$ 37.800,00	\$ 43.200,00	\$ 48.600,00	\$ 54.000,00	
TERRENO	\$	15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00	\$ 15.000,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$	320.760,00	\$ 295.475,87	\$ 270.191,73	\$ 244.907,60	\$ 217.774,13	\$ 190.640,67	\$ 161.622,40	\$ 130.754,80	\$ 99.887,20	\$ 69.019,60	\$ 36.302,67
TOTAL DE ACTIVOS	\$	358.130,42	\$ 367.981,31	\$ 394.863,74	\$ 440.665,83	\$ 506.261,18	\$ 595.209,86	\$ 708.855,37	\$ 850.101,12	\$ 1.023.370,28	\$ 1.232.210,77	\$ 1.479.332,28
PASIVOS												
PRESTAMO BANCARIO	\$	268.597,82	\$ 241.738,04	\$ 214.878,25	\$ 188.018,47	\$ 161.158,69	\$ 134.298,91	\$ 107.439,13	\$ 80.579,35	\$ 53.719,56	\$ 26.859,78	\$ -
PATRIMONIO												
CAPITAL	\$	89.532,61	\$ 89.532,61	\$ 89.532,61	\$ 89.532,61	\$ 89.532,61	\$ 89.532,61	\$ 89.532,61	\$ 89.532,61	\$ 89.532,61	\$ 89.532,61	\$ 89.532,61
UTILIDAD DEL EJERCICIO		\$ 36.710,67	\$ 90.452,88	\$ 163.114,75	\$ 255.569,89	\$ 371.378,34	\$ 511.883,64	\$ 679.989,16	\$ 880.118,11	\$ 1.115.818,38	\$ 1.389.799,68	
TOTAL PASIVOS	\$	358.130,42	\$ 367.981,31	\$ 394.863,74	\$ 440.665,83	\$ 506.261,18	\$ 595.209,86	\$ 708.855,37	\$ 850.101,12	\$ 1.023.370,28	\$ 1.232.210,77	\$ 1.479.332,28

Fuente: Balance General Proyectado de la CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.
Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.13.12 Punto de Equilibrio.

DATOS

PRECIO VTA. UNITARIO	\$ 5,00
UNIDADES VENDIDAS	93.312
INGRESO TOTAL	466.560
COSTO FIJO TOTAL	175282,0
COSTO VARIABLE TOTAL (CVT)	160.439,8
COSTO VARIABLE UNITARIO= CVT/N UNID. VENDIDAS	1,7194
CANTIDAD DE EQUILIBRIO	53.429,71
VALOR MONETARIO DE EQUILIBRIO	267.148,56

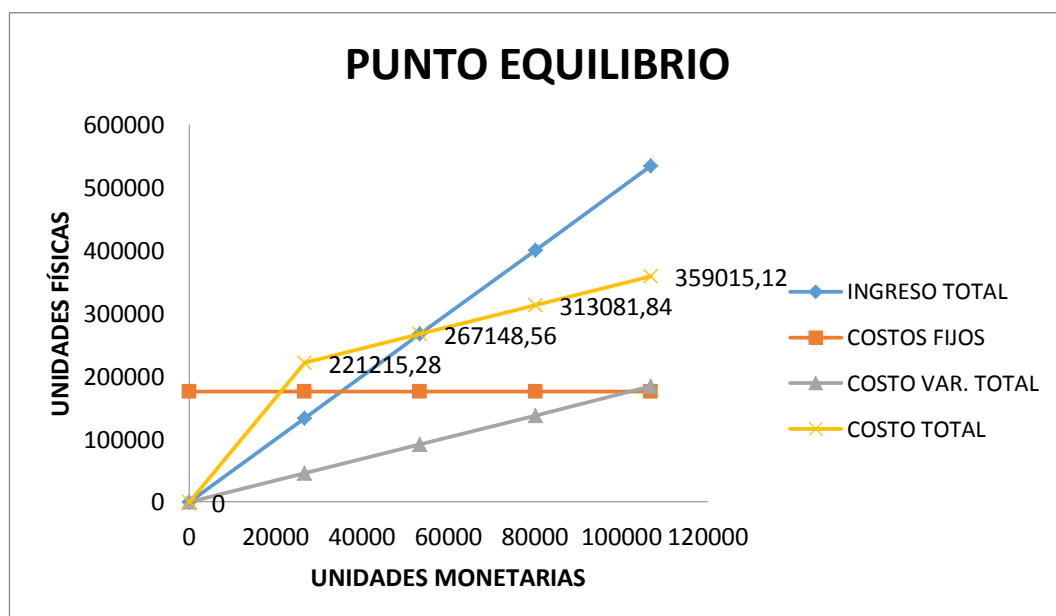
TABLA N°35 Punto de Equilibrio

A	B	C (AXB)	D	E	F (Bx E)	G (D/F)
PRECIO VTA. UNIT.	CANTIDAD	INGRESO TOTAL	COSTOS FIJOS	COSTOS VAR. UNIT.	COSTO VAR. TOTAL	COSTO TOTAL
5	0	0	175.282	1,7194	0	0
5	26.714,86	133.574,279	175.282	1,7194	45.933,28	221.215,28
5	53.429,71	267.148,56	175.282	1,7194	91.866,56	267.148,56
5	80.144,57	400.722,837	175.282	1,7194	137.799,84	313.081,84
5	106.859,42	534.297,115	175.282	1,7194	183.733,12	359.015,12

Fuente: Estados Financieros

Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

GRÁFICO N ° 28 Punto de Equilibrio



Fuente: Punto Equilibrio

Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

4.14 EVALUACIÓN FINANCIERA DEL PROYECTO.

4.14.1 Tasa de Descuento.

La tasa de descuento o conocida también como costo de oportunidad, es el costo que se considera como una posible tasa de una inversión financiera futura. El costo de descuento que se aplicará en el presente proyecto es del 12%, a la cantidad de \$ 89.532,61.

4.14.2 Valor Actual Neto (Van).

El Valor Anual Neto, es un método de evaluación financiera de un proyecto a largo plazo, que nos va a permitir determinar si es viable, medible, sustentable y rentable de acuerdo al tiempo establecido.

Criterios de valoración del VAN

- Si el VAN es igual a 1 es indiferente invertir.
- Si el VAN es mayor a 1 se recomienda invertir.
- Si el VAN es menor a 1 no se recomienda invertir.

4.14.3 Tasa Interna de Retorno.

Para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR, es un indicador que mide la rentabilidad de un proyecto de inversión; es decir, a mayor TIR, mayor rentabilidad. Es una medida de la rentabilidad del proyecto como porcentaje, correspondiente a la tasa que hace al Valor actual neto, el resultado es igual a cero, al traer los flujos futuros a valor presente con una del 24 %.

VAN \$ 300.166,93

TIR 24%

DECISIÓN DE INVERSIÓN Aceptar proyecto

4.14.4 Criterios del Método TIR.

Si la TIR es igual al costo de oportunidad del capital es indiferente invertir.

Si la TIR es mayor al costo de oportunidad del capital se recomienda invertir.

Si la TIR es menor al costo de oportunidad del capital no se recomienda invertir.

4.14.5 Período de recuperación de la Inversión.

La CÍA. TOURS SPONDYLUS S.A.”, considerando los flujos de cajas anuales, recuperará la inversión de \$ 358.130,00 en un periodo de 5 años, y a su vez el mismo generara una ganancia de 9069, es decir, el valor que se ganara luego de la recuperación de la inversión.

TABLA N°36 Período de recuperación de la Inversión.

RECUPERACION DE LA INVERSIÓN		
AÑO	FLUJO DE CAJA ANUAL	RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN
		358.130
1	35.135	322.995
2	52.167	270.828
3	71.086	199.742
4	92.729	107.013
5	116.082	-9.069
6	142.664	-151.733
7	172.113	-323.846
8	204.137	-527.983
9	204.137	-732.120
10	239.708	-971.828

Elaborado: Marjorie Aquino Ortega

4.15 Impacto Ambiental.

Con la información obtenida a través del estudio técnico, de mercado y financiero, el proyecto debe evaluarse y categorizarse de acuerdo a lo siguiente:

Categoría I: Proyectos beneficiosos que producirán una franca mejora al medio ambiente.

Categoría II: Proyectos que no afectan al medio ambiente ni directa, ni indirectamente.

Categoría III: Proyectos que pueden afectar moderadamente al medio ambiente y cuyos impactos ambientales negativos tienen soluciones bien conocidas y fácilmente aplicables.

Categoría IV: Proyectos que pueden impactar negativamente y significativamente en el medio ambiente, influyendo poblaciones y grupos vulnerables en el área de influencia.

SE CATEGORIZA EL PRESENTE PROYECTO EN: Categoría I

		Empresa	
		Administrativa	Operativa
Parámetro N° 1	Impacto del uso del suelo		
Parámetro N° 2	Residuos Sólidos		
Parámetro N° 3	Agentes contaminantes del Aire		
Parámetro N° 4	Contaminación por ruido		
Parámetro N° 5	Daños directos en seres humanos		
Alto Impacto Ambiental	Moderado Impacto Ambiental	Bajo Impacto Ambiental	

Elaborado: Marjorie Aquino Ortega

Fuente. Ministerio de Gestión Ambiental

CONCLUSIONES.

- Se fundamenta por el criterio de Carlos Izquierdo, definiendo al estudio de factibilidad como una alternativa de inversión en la actividad de transporte turístico, que debe tomar en cuenta los aspectos necesarios para asegurar los resultados esperados con sus componentes: estudio de mercado, técnico, financiero, gestión y medio ambiente.
- El estudio de mercado demostró que los servicios turísticos tienen gran aceptación debido a los atractivos turísticos y a la población, garantizando que el usuario prefiera. El proyecto puede ser implementado, porque en la actualidad el turismo de transporte se encuentra en plena expansión y es un gran atractivo para los turistas.
- Se efectuó una investigación de campo utilizando las técnicas de recopilación de información primaria y secundaria, presentándola con su análisis e interpretación mediante tablas y gráficos, conociendo además los gustos y preferencias de los encuestados sobre el servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas.
- El proyecto es factible ya que las condiciones naturales, insumos, y materiales son adecuados para la aplicación del proyecto. De acuerdo a la evaluación financiera y económica el proyecto es rentable por que se recupera la inversión en 5 años, con un VAN de \$300.166,93 y un TIR de 24%.

RECOMENDACIONES.

- Se sugiere desarrollar constantemente estudios de factibilidad, para identificar las ventajas cuando se realiza una inversión, tomando en consideración los componentes para identificar los recursos, materiales y humanos, los detalles de costos, gastos e ingresos que genera un servicio de recorridos de chivas divertidas.
- Con el cambio de la matriz productiva en el país, la actividad turística tiene un impulso especial a través de las políticas públicas que posee el PNDBV-2013-2017, poniendo énfasis en la generación de fomentar las capacidades técnicas y de gestión de servicios, mejorando su prestación y contribuyendo a la transformación productiva, impulsando de esta manera al turismo como uno de los sectores prioritarios para lo atracción de inversión nacional y extranjera.
- Con los recorridos de las rutas programadas se dará a conocer las bondades turísticas de la provincia de Santa Elena, y en especial los de la zona norte, ofreciendo un valor agregado mediante los guías contratados para dar a conocer las historias, costumbres, tradiciones, clima, flora y fauna, manteniendo la calidad en el servicio, con una capacitación continua, siendo creativos durante el recorridos.
- Se recomienda el presente proyecto de inversión debido a la evaluación financiera realizada porque se comprobó que es rentable, y su inversión se recupera a los 5 años, con un Valor Actual Neto \$300.166,93 de y una Tasa Interna de Retorno de 24%. Con un costo de oportunidad o tasa de descuento en la inversión del 12%, un préstamo financiado a través de la banca \$ 268.598,00 dólares a 10 años plazo.

BIBLIOGRAFÍA.

- Andrade, S. (2010). *Diccionario de Economía*. Editorial Andrade.
- Banco Central de Reserva, P. (2011). *Glosario de Términos Económicos*. Perú: BCRP-2011.
- Bermudez A. (2010). *Plan de Marketing*. Bogotá: Alas.
- Blanco, A. (2010). *Formulacion y evaluacion de proyectos. 4ta. Edicion* . Madrid: Edisofer.
- Bruner, J. (2011). *El juego como propuesta pedagógica*. España: Madrid.
- Cabarcos, N. (2010). *Promocion y venta de servicios turisticos* . Vigo: Ideaspropias Editorial.
- Casado, A., & Sellers, R. (2010). *Direccion de Marketing*. España: Editorial Club Universitario.
- Casani, F., Llorente, A., & Perez, E. (2009). *Economia de la empresa 2do. Bachillerato*. Editorial Editex .
- Consejo Mexicano de la Salud en el Trabajo. (2010). Enfoque de Genero. *Revista Latinoamericana de la Salud en el Trabajo*.
- Departamento Economico y Social. (2010). *Organizacion de las Naciones Unidas para la Alimentacion y la Agricultura*. Recuperado el 15 de Agosto de 2014, de www.fao.org/docrep/004/x2919s/x2919s04.htm
- Escudero, M. (2013). *Gestion logistica y comercial*. Ediciones Paraninfo S.A.
- Esteban, A., Garcia, J., Narros, M., Olarte, C., Reinares, E., & Saco, M. (2011). *Principios de marketing*. Madrid: ESIC Editorial.
- Fischer, L. (2011). *Mercadotecnia. 4ta. Edicion*. McGrawHil.
- Instituto Nacional de Estadisticas y Censo. (2014). *Inflacion*. Quito.
- Izquierdo, C. (2011). *Determinacion del mercado objetivo y la demandada insatisfecha, cuando no se dispone de estadisticas*. Quito: Universidad Politecnica Salesiana.
- Lopez, B., Viscarri, J., & Machuca, M. (2010). *Los pilares del marketing*. Catalunya: Universidad Politecnica de Catalunya.
- Mankiw, G. (2014). *Macroeconomia. 8va. Edicion*. Barcelona: Antoni Bosch Editor.

- Mendez Carlos. (2011). *Diseño y Desarrollo del Proceso de Investigación*. Colombia: Limusa.
- Meneses, E. (2010). *Preparacion y evaluacion de proyectos*. Quito: Camara Ecuatoriana del Libro.
- Meza, J. (2013). *Evaluacion financiera del proyecto: 10 casos practicos resueltos en Excel*. Bogota: ECOE Ediciones.
- Miranda, J. (2010). *Gestion de proyectos: identificacion, formulacion, evaluacion financiera-economica-social-ambiental*. Bogota: MMEditores.
- Mochon, F., & Becker, V. (2011). *Economia: Principios y aplicaciones. Quinta Edicion*. McGraw Hill.
- Ordozgoiti, R., & Perez, I. (2010). *Imagen de marca*. Madrid: ESIC Editorial.
- Rivadeneira, D. (28 de Marzo de 2012). *Empresa & Actualidad*. Recuperado el 16 de Julio de 2014, de Empresa & Actualidad: www.empresactualidad.blogspot.com/2012/03/comercializacion-definicion-y-conceptos.html
- Rivera, J., & Lopez, M. (2012). *Direccion de marketing: Fundamentos y aplicaciones. Tercera Edicion*. Madrid: ESIC Editorial.
- Sapag, N. (2010). *Proyectos de inversion: formulacion y evaluacion*. Mexico: Pearson Educacion.
- Staton, E. (2010). *Fundamentos de marketing. 13. Edicion*. Mexico: McGraw Hill.
- Vargas, A. (2014). *Marketing y plan de negocio de la microempresa*. IC Editorial.

ANEXOS

ANEXO N° 1 Formulario de Encuesta

Universidad Estatal Península De Santa Elena Facultad De Ciencias Administrativas Ingeniería En Desarrollo Empresarial

Buenos días, tardes, noches, somos estudiantes de la Universidad Estatal Península de Santa Elena de la Carrera de Ingeniería en Desarrollo Empresarial y estamos realizando una encuesta sobre un nuevo servicio. Todo cuanto nos diga será de inmensa utilidad, desde ya agradecemos su colaboración.

DATOS DE CLASIFICACIÓN

Sexo: MASCULINO FEMENINO

Edad: 18 - 25
26 - 35
36 - 45
46 - en adelante

Nivel socioeconómico:

- Alta
- Media alta
- Media
- Media baja
- Baja

Pregunta N° 1 ¿Le gusta viajar con frecuencia?

- Ocasionalmente
- Todos los fines de semana
- Solo Vacaciones
- Por Trabajo
- Rara Vez
- Otros

Pregunta N° 2 ¿Qué lugares atractivos conoce en la Península de Santa Elena?

- Playas
- Museos
- Parques
- Discotecas
- Otros

Pregunta N° 3 ¿Se siente a gusto viajando en un transporte Público?

SI

NO

Pregunta N° 4 ¿Qué tipo de transporte utiliza para visitar la Península de Santa Elena?

Propio

Provincial

Alquiler

Pregunta N° 5 ¿Qué sectores turísticos de la Península de Santa Elena conoce o ha visitado?

- Montañita
- Olón
- San Pablo
- Valdivia
- Manglaralto
- Salinas

Pregunta N° 6 ¿Si tuviera que escoger entre este servicio y una discoteca ¿Cuál Preferiría?

Chivas Divertidas

Discoteca

Pregunta N° 7 ¿Le gustaría que se expendan bebidas alcohólicas en las chivas divertidas?

SI

NO

Pregunta N° 8 ¿Qué ruta preferiría al utilizar nuestros servicios de chivas divertidas?

Salinas

Montañita

otros

Pregunta N° 9 ¿Cada qué tiempo escogería este servicio?

- Diario
- Una vez por semana
- Mensual
- Otros

Pregunta N° 10 ¿Le gustaría viajar en un medio de transporte poco convencional como las denominadas Chivas?

SI

NO

Pregunta N° 11 ¿De existir esta empresa de Chivas Divertidas, adquirirías el servicio?

SI NO

Pregunta N° 12 ¿Cuánto está dispuesto a cancelar por el servicio?

\$ 5 - 10

\$ 12 - 15

\$ 17 - 20

ANEXO N° 2 Fotografías de parada



Mirador del Cerro "El Tablazo"



Mirador Ballenita

ANEXO N° 3 Fotografías de parada



Sector “Las cabañas” en la Comuna San Pablo



Mirador de San Pedro: Parapente

ANEXO N° 4 Fotografías de parada



Sector "Santuario de Olón"



Sector "Santuario de Olón" Vista interna

ANEXO N° 5 Fotografías de parada



Sector Ecológico de Montañita



Lugares artesanales de la Comuna Montañita

ANEXO N° 6 Sitios Turísticos de la Provincia de Santa Elena

MAPA POLÍTICO DE LA PENÍNSULA DE SANTA ELENA



ANEXO N° 7 Ubicación Santa Elena Calle Sucre y 18 De Agosto - Oficinas de la Empresa Cía. Tour Spondylus



ANEXO N° 8 Fotografías



Encuestas con usuarios



Entrevista con los transportistas

ANEXO N° 9 Partes del Vehículo



Parte Externa



Parte Interior: Asientos



Luces y Soplidos



Botiquín



Pista de Baile

ANEXO N° 10 Recepción de Requisitos RPO



Agencia
Nacional
de Tránsito

RECEPCIÓN DE REQUISITOS RPO

1. Formulario de Constatación de Flota Vehicular (Informe Consolidado Original)	<input type="checkbox"/>
2. Copias legibles de Cédula de ciudadanía de cada socio	<input type="checkbox"/>
3. Copias legibles papeleta de votación actualizada de cada socio	<input type="checkbox"/>
4. Copias legibles licencia (Cooperativas) de cada socio	<input type="checkbox"/>
5. Copia de matrícula vigente de cada vehículo	<input type="checkbox"/>
6. Copia del contrato notariado de compra/venta. (En el caso de existir)	<input type="checkbox"/>
7. Para automotores nuevos, se presentará copia certificada de la factura por la casa comercial o copia notariada.	<input type="checkbox"/>
8. SOAT vigente de cada vehículo	<input type="checkbox"/>
9. Copia certificada de la factura de la carrocería para el caso de microbuses, minibuses y buses.	<input type="checkbox"/>
10. Acta de aceptación del nuevo socio, certificada por el Secretario de la Operadora de Transporte (para cooperativas) o Listado actualizado (últimos 2 meses) de accionistas emitido por la Superintendencia de Compañías (para Compañías).	<input type="checkbox"/>
11. 5. Copia del permiso de operación anterior y copia de todas las resoluciones emitidas por la Agencia durante la vigencia del permiso anterior (para registrar los cambios en la renovación).	<input type="checkbox"/>
12. Copia legible del RUC de la operadora.	<input type="checkbox"/>
13. Declaración juramentada del dueño del vehículo de no ser miembro activo de la fuerza pública, tampoco vigilante, autoridad o empleado civil que trabaje en los organismos relacionados con el tránsito y transporte terrestre o ha dejado de serlo hace 2 años o más.	<input type="checkbox"/>
14. Si el vehículo es nuevo debe constar en el listado de productos homologados de la ANT. Para el caso de microbuses, minibuses y buses nuevos deben constar tanto su chasis como su carrocería en el listado de productos homologados de la ANT.	<input type="checkbox"/>
15. Si el socio es quien conduce adjuntar declaración juramentada indicando que es el quien conduce el vehículo caso contrario adjuntar copia del contrato certificado en el ministerio de relaciones laborales y certificación del less de que el chofer se encuentra afiliado.	<input type="checkbox"/>
16. Copia del nombramiento del representante legal.	<input type="checkbox"/>
17. Cédula de identidad del representante legal.	<input type="checkbox"/>

NOTA: Los documentos deben estar en carpeta y folladas las hojas en el orden de los requisitos descritos anteriormente

RESPONSABLE DE RECEPCIÓN.....

CANTIDAD DE DOCUMENTOS:

ANEXO N° 11 Formulario de Solicitud de Operación

AGENCIA NACIONAL DE REGULACION Y CONTROL DEL TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL	
FORMULARIO DE SOLICITUD PARA LA CONCESIÓN DE CONTRATO O PERMISOS DE OPERACIÓN <small>CPO-CP-V1-2012</small>	
DATOS DE LA SOLICITUD	
FECHA DE LA SOLICITUD	
DÍA / MES / AÑO	
TIPO DE ORGANIZACIÓN DE TRANSPORTE	
COOPERATIVA <input type="checkbox"/>	COMPAÑÍA <input type="checkbox"/>
DATOS DE LA ORGANIZACIÓN SOCIETARIA	
NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN O RAZÓN SOCIAL	
DOMICILIO	
PROVINCIA	CANTON
PARROQUIA	
DIRECCIÓN (Barrio, calle, No)	
TELÉFONO	FAX
CORREO ELECTRONICO	
NÚMERO DE SOCIOS Y/O ACCIONISTAS	NÚMERO DE VEHICULOS PROPUESTOS
DATOS JURÍDICOS	
ACUERDO MINISTERIAL N° (Ministerio de Bienestar Social)	NÚMERO RESOLUCIÓN
	FECHA RESOLUCIÓN _ / _ / _
RESOLUCIÓN DE CONSTITUCIÓN DE COMPAÑÍA (Superintendencia de Compañías) N°	NÚMERO RESOLUCIÓN
	FECHA RESOLUCIÓN _ / _ / _
INSCRIPCIÓN EN:	FECHA INSCRIPCIÓN
REGISTRO MERCANTIL O PROPIEDAD	_ / _ / _
DIRECCIÓN NACIONAL DE COOPERATIVAS	
LOCALIDAD	NÚMERO REGISTRO
	TOMO
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL	
CARGO	FECHA NOMBRAMIENTO
TIEMPO VIGENCIA	CÉDULA
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO
NOMBRES	
TELÉFONO	FAX
CORREO ELECTRONICO	
FIRMA	
DATOS DEL TIPO DE SERVICIO AL QUE APLICA	
PUBLICO	INTERPROVINCIAL
COMERCIAL	INTRAPROVINCIAL
	INTRACANTONAL URBANO
	INTRACANTONAL RURAL
	CARGA PESADA
	CARGA LIVIANA
	MIXTO
	TAXIS
	ESCOLAR/ INST.
	TURISTICO
	TRICIMOTOS
	OTRO
NÚMERO DE VEHICULOS PROPUESTOS	TIPO DE VEHICULOS PROPUESTOS
INCLUYE PLANO:	SI
	NO
	FORMATO
	DIGITAL
	FISICO
OBSERVACIONES	
REQUISITOS PARA LA CONCESIÓN DEL PERMISO DE OPERACIÓN	
1. Resolución de constitución de la compañía emitida por la Superintendencia de Compañías e inscrita en el Registro Mercantil o Propiedad para compañías, o Acuerdo Ministerial emitido por la Dirección Nacional de Cooperativas e inscrita en la misma y resolución de la constitución Jurídica emitida por la ANT.	
2. Copias legibles de documentos personales: Cédula de ciudadanía, papeleta de votación actualizada, licencia de los socios o accionistas	
3. Nómina original y actualizada (últimos 2 meses) de los accionistas o socios otorgada por el Organismo Competente.	
4. Copia: Nombramiento y cédula de identidad del Representante legal (legibles y a color)	
SI/NO	

5. Historia laboral del IESS (puede ser copia simple generada a través de página del IESS), Certificado emitido por la Comandancia General de Policía, Comandancia General de las Fuerzas Armadas, de no ser miembro de la fuerza pública en servicio activo de los socios propuestos, o haberlo dejado de serlo hace 2 años o más.
6. Listado de Parque automotor propuesto para prestar el servicio, a través de PROFORMAS que incluyan especificaciones técnicas de las unidades que, en caso de ser aprobada la solicitud, prestarían el servicio. En caso de ser vehículos de segunda mano, deberán incluirse las especificaciones de sea a través de un certificado de la casa comercial responsable de la marca, o copia de factura del dueño original. **ESTA DOCUMENTACIÓN DEBE ENTREGARSE EN CASO DE QUE HAYA EXISTIDO CAMBIOS EN LAS CARACTERÍSTICAS DE LAS UNIDADES DESDE LO AUTORIZADO EN LA RESOLUCIÓN DE CONSTITUCIÓN JURÍDICA.**
7. **CONTRATOS LABORALES:** La Unidad Administrativa debe verificar que el conductor sea un profesional autorizado una vez que haya sido autorizado el pago se lo hace al ingresar el documento.
- Base legal: Art. 74 (LCSSTV): AMBITO INTERPROVINCIAL (Agencia Nacional de Regulación y control del Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial)
- Art. 76 (LCSSTV): AMBITO PROVINCIAL (UNIDADES PROVINCIALES)**
- El peticionario es el único responsable del origen de las firmas y documentos ingresados para el trámite correspondiente. La ANT se reserva el derecho de iniciar la acción legal pertinente, en caso de que se detecte cualquier adulteración en los documentos.**
- NOTA:** Una vez que la ANT o Unidad Administrativa les comunice la factibilidad a través de una NOTIFICACION FAVORABLE, de otorgarles el contrato o permiso de Operación, podrán adquirir la flota vehicular y presentarán en el plazo máximo de 180 DÍAS los siguientes requisitos:
- 8. Listado de Conductores Propuestos responsables de la conducción del parque automotor, que, en caso de ser aprobada la solicitud, prestarán el servicio. Deberá adjuntarse copia de cédula y licencia. La licencia debe ser de la categoría acorde al vehículo propuesto.
 - 9. Contratos Laborales de los Conductores, debidamente registrados en el Ministerio de Relaciones Laborales. En caso de no estar registrados los contratos, deberán adjuntar una copia notariada del contrato y el AVISO DE ENTRADA al IESS. Deberá adjuntarse copia de cédula y licencia de cada conductor contratado. En caso de ser el SOCIO de la operadora quien conducirá la unidad, deberá indicarlo, adjuntando la copia de la licencia respectiva.
 - 10. Revisión Vehicular, en caso de ser vehículos de segunda mano. En caso de ser vehículos nuevos y del año, copia de factura.
 - 11. Matrícula de los vehículos. Todos los vehículos presentados deberán estar a nombre de los SOCIOS o de la OPERADORA que solicita el Contrato o Permiso de Operación. Debe indicarse que la NOTIFICACION FAVORABLE permitirá MATRICULAR la cantidad de unidades (con especificaciones de las respectivas exoneraciones).
 - 12. Archivo electrónico con detalle de accionistas (datos de nombres completos, cédula de identidad, tipo de licencia) y flota vehicular (marca, modelo, año de fabricación, número de chasis, número de motor, placa, capacidad de pasajeros - si aplica -, capacidad de carga - si aplica -).

NOMBRE DE PERSONA DE ATENCION AL CLIENTE QUE RECIBE DOCUMENTACION

FIRMA _____

NUMERO DE HOJAS DE PROCESO _____

NOMBRE COMPLETO		CÉDULA DE IDENTIDAD									
PRIMER NOMBRE	APELLIDOS	NÚMERO DE IDENTIFICACION	OTRO NÚMERO DE IDENTIFICACION								
CATEGORIA DE CONDUCTOR		FECHA DE VIGENCIA									
<table border="1"> <tr> <th>INDICADOR</th> <th>SEÑALADO</th> <th>SEÑALADO</th> <th>SEÑALADO</th> </tr> <tr> <td> </td> <td> </td> <td> </td> <td> </td> </tr> </table>				INDICADOR	SEÑALADO	SEÑALADO	SEÑALADO				
INDICADOR	SEÑALADO	SEÑALADO	SEÑALADO								
SEÑALADO		SEÑALADO									
SEÑALADO		SEÑALADO									

ANEXO N° 12 Formulario de solicitud para Constitución Jurídica

AGENCIA NACIONAL DE REGULACION Y CONTROL DEL TRANSPORTE TERRESTRE, TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL	
FORMULARIO DE SOLICITUD PARA CONSTITUCION JURIDICA	
CJ-CP-VI-2012	
DATOS DE LA SOLICITUD	
FECHA DE LA SOLICITUD	
DÍA ___ / MES ___ / AÑO ___	
TIPO DE ORGANIZACION DE TRANSPORTE	
COOPERATIVA <input type="checkbox"/>	COMPAÑÍA <input type="checkbox"/>
DATOS DE LA ORGANIZACIÓN SOLICITANTE	
NOMBRE DE LA ORGANIZACIÓN O RAZÓN SOCIAL	
DOMICILIO	
PROVINCIA	CANTON
PARROQUIA	
DIRECCION (Barrio, calle,No)	
TELEFONO	FAX
CORREO ELECTRONICO	
NUMERO DE SOCIOS Y/O ACCIONISTAS	NÚMERO DE VEHICULOS PROPUESTOS
DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL	
CARGO	FECHA NOMBRAMIENTO
TIEMPO VIGENCIA	
CÉDULA	
APELLIDO PATERNO	APELLIDO MATERNO
NOMBRES	
TELÉFONO	FAX
CORREO ELECTRONICO	
FIRMA	
DATOS DEL TIPO DE SERVICIO AL QUE APLICA	
PUBLICO	INTERPROVINCIAL
INTRAPROVINCIAL	
INTRACANTONAL URBANO	
INTRACANTONAL RURAL	
COMERCIAL	CARGA PESADA
CARGA LIVIANA	
MIXTO	
TAXIS	ESCOLAR/ INST.
TURISTICO	
TRICIMOTOS	
OTRO	
NUMERO DE VEHICULOS PROPUESTOS	TIPO DE VEHICULOS PROPUESTOS
OBSERVACIONES	
REQUISITOS PARA LA CONCESIÓN DEL PERMISO DE OPERACIÓN	
SI/NO	
1. Borrador de Minuta O Estatutos reformados	
2. Copias legibles de documentos personales: Cédula de ciudadanía, papeleta de votación actualizada, licencia de los socios o accionistas	
3. Certificado de Reserva de nombre en Superintendencia de Compañías, vigente.	
4. Copia: Acta de la Junta General de Socios en la que se designa al Presidente, Gerente y Secretario de la compañía. (puede ser provisional), cédula de identidad del Representante legal (legibles y a color)	
5. Historia laboral del IESS (puede ser copia simple generada a través de página del IESS), Certificado emitido por la Comandancia General de Policía y Comandancia General de las Fuerzas Armadas, de no ser miembro de la fuerza pública en servicio activo de los socios propuestos, o ha dejado de serlo	
6. Listado de Parque automotor propuesto para prestar el servicio, a través de PROFORMAS que incluyan especificaciones técnicas de las unidades, que, en caso de ser aprobada la solicitud, prestarían el servicio. En caso de ser vehículos de segunda mano, deberán incluirse las especificaciones ya sea a través de un certificado de la casa comercial responsable de la marca o copia de factura del dueño original	
7. Costo: 6,50 dólares (cancelará en un banco autorizado una vez que haya sido autorizado) el pago se lo hace al ingresar el documento. Base legal: Art. 74 (LOTTTSV): AMBITO INTERPROVINCIAL (Agencia Nacional de Regulación y control del Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial)	
8. Archivo electrónico con detalle de accionistas (datos de nombres completos, cedula de identidad, tipo de licencia) y flota vehicular (marca, modelo, año de fabricación, número de chasis, número de motor, capacidad de pasajeros - si aplica-, capacidad de carga - si aplica)	
El peticionario es el único responsable del origen de las firmas y documentos ingresados para el trámite correspondiente. La ANT se reserva el derecho de iniciar la acción legal pertinente, en caso de que se detecte cualquier adulteración en los documentos.	

ANEXO N° 13 Plan de Acción

Problema Principal: La incidencia tendrá el estudio de factibilidad para la creación de una empresa de servicio de recorridos turísticos en chivas divertidas			
Fin del Proyecto: Creación de una empresa de servicio de recorridos turísticos chivas divertidas en el Cantón Santa Elena, provincia de Santa Elena			Indicadores: Creación de Empresa
Propósito del Proyecto: Fortalecer los servicios de transporte con rutas e itinerarios para dar a conocer la cultura y los atractivos naturales de la provincia de Santa Elena			Indicadores: Recorridos Turísticos
Coordinador del Proyecto: Sra. Marjorie Aquino Ortega			
Objetivos Específicos	Estrategias	Actividades	Responsable
Promover la imagen de la provincia de Santa Elena como destino turístico, mediante acciones de marketing para su aprovechamiento adecuado y sostenible.	Estudio de Mercado	Publicidad	Accionistas
Desarrollar el turismo mediante la participación pro-activa del sector público, privado, instituciones educativas y comunidad, en el manejo de las bellezas escénicas.	Estudio Técnico	Socialización	Accionistas
Dinamizar la actividad turística local en función del mejoramiento de la calidad de vida de la población.	Estudio Financiero	Implementar el proyecto	Accionistas
Establecer servicios diferentes a través de recorridos turísticos, que podrían solicitar los turistas que visitan a menudo la provincia de Santa Elena.	Estudio de Impacto Ambiental	Difusión de los servicios de transporte	Accionistas

Elaborado por: Marjorie Aquino Ortega

ANEXO N° 14 Carta Aval



GOBIERNO AUTÓNOMO DESCENTRALIZADO MUNICIPAL

La Capital del mar y la tierra

OFICIO 0931-2014-GADSE-SG
Santa Elena, noviembre 04 de 2014.

Economista
Félix Tigreiro
**DIRECTOR DE LA CARRERA DE INGENIERÍA
EN DESARROLLO EMPRESARIAL
UNIVERSIDAD ESTATAL PENINSULA DE SANTA ELENA-UPSE**

Saludo a usted atentamente y a la vez me permito exponer lo siguiente:

La señora **MARJORIE PATRICIA AQUINO ORTEGA**, estudiante egresada de la Carrera de su digna Dirección, ha presentado en esta Municipalidad una propuesta de desarrollo de Grado con el tema **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE RECORRIDOS TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA"**

El Lcdo. Dionicio Gonzabay Salinas, Alcalde del Cantón, ha dispuesto se le comunique que esta Administración Pública otorga el correspondiente aval para el desarrollo de esta tesis, además que brindará las facilidades del caso a la señora **Marjorie Patricia Aquino Ortega**.

Lo que comunico a usted para los fines de ley.

Cordialmente


Abog. Douglas Aguilar
SECRETARIO GENERAL MUNICIPAL



norma

ANEXO N° 15 Certificado de Gramatólogo

CERTIFICADO DE REVISIÓN DE LA REDACCIÓN Y ORTOGRAFÍA

Yo, Magíster, Oswaldo Flavio Castillo Beltrán, Certifico: Que he revisado la redacción y ortografía del contenido del proyecto educativo: **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE SERVICIO DE RECORRIDOS TURÍSTICOS EN CHIVAS DIVERTIDAS EN EL CANTÓN SANTA ELENA, PROVINCIA DE SANTA ELENA, AÑO 2014”**, elaborado por la egresada Srta. Aquino Ortega Marjorie Patricia, previo a la obtención del título de: **INGENIERA EN DESARROLLO EMPRESARIAL**.

Para efecto he procedido a leer y analizar de manera profunda el estilo y la forma del contenido del texto:

- Se denota pulcritud en la escritura en todas sus partes
- La acentuación es precisa
- Se utilizan los signos de puntuación de manera acertada
- En todos los ejes temáticos se evita los vicios de dicción
- Hay concreción y exactitud en las ideas
- No incurre en errores en la utilización de las letras
- La aplicación de la Sinonimia es correcta
- Se maneja con conocimiento y precisión de la morfosintaxis
- El lenguaje es pedagógico, académico, sencillo y directo, por lo tanto es de fácil comprensión.

Por lo expuesto y en uso de mis derechos como Magíster en Docencia y Gerencia en Educación Superior, recomiendo la VALIDEZ ORTOGRÁFICA de su tesis previo a la obtención del Título de Ingeniera y deja a vuestra consideración el certificado de rigor para los efectos legales correspondientes.

Atentamente,



Dr. Oswaldo Castillo Beltrán. Mg
Registro SENESCYT 1006-11-733293
Cuarto Nivel