



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA  
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS  
CARRERA DE GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**TEMA DEL ENSAYO:**

**“OPERADORA TURÍSTICA “OPERTOURING S.A.” CON SERVICIO DE  
PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS:  
PLAN FINANCIERO”**

**COMPONENTE PRÁCTICO DEL EXAMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA  
OBTENCION DEL TITULO DE LICENCIADO EN GESTIÓN Y  
DESARROLLO TURÍSTICO**

**AUTOR:**

**GARCÍA VERA BRANDO GREGORY**

**PROFESOR GUIA:**

**ING. JOSÉ ADRIÁN VALENCIA MEDRARDA, MSC.**

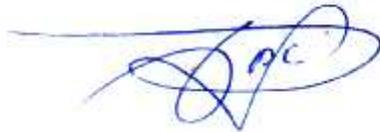
**LA LIBERTAD – ECUADOR**

**JULIO 2021**

## **APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, **“OPERADORA TURÍSTICA “OPERTOURING S.A.” CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: PLAN FINANCIERO”**, elaborado por el Sr. García Vera Brandon Gregory, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente

A handwritten signature in blue ink, appearing to be 'JAV', is written over a horizontal line.

---

Ing. José Adrián Valencia Medranda, MSc.

**PROFESOR GUÍA**

## **DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD**

El presente trabajo de Titulación denominado **“OPERADORA TURÍSTICA “OPERTOURING S.A.” CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: PLAN FINANCIERO.”** elaborado por el Sr. García Vera Brandon Gregory claro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa Transferencia de los derechos autorales. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,



---

García Vera Brandon Gregory

C.I. 2450181272

## **AGRADECIMIENTO**

*A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por haberme permitido ser parte de esta gran casa de estudio. Por compartir dificultades, retos, grandes momentos y alegrías inolvidables.*

*A mis maestros de cátedra por compartir dificultades, retos, grandes momentos y alegrías inolvidables.*

*A mi profesor guía de manera especial y sincera que no solamente en el desarrollo de este plan de negocio, sino también en mi formación como profesional.*

*A mis padres por haberme forjado como persona que soy en la actualidad, muchos de mis logros se los debo a ustedes entre los que se incluye este.*

*Brandon Gregory García Vera*

## **DEDICATORIA**

*se la dedico a mi Dios quién supo guiarme por el buen camino, darme fuerzas para seguir adelante y no desmayar en los problemas que se presentaban, enseñándome a encarar las adversidades sin perder nunca la dignidad ni desfallecer en el intento. A mi familia quienes por ellos soy lo que soy.*

*Para mis padres por su apoyo, consejos, comprensión, amor, ayuda en los momentos difíciles, y por ayudarme con los recursos necesarios para estudiar. Me han dado todo lo que soy como persona, mis valores, mis principios, mi carácter, mi empeño, mi perseverancia, mi coraje para conseguir mis objetivos.*

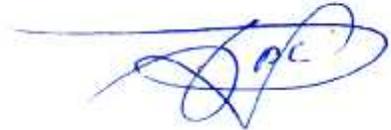
*Brandon Gregory García Vera*

**TRIBUNAL DE GRADO**



.....  
Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

**DIRECTORA CARRERA DE  
GESTIÓN Y DESARROLLO  
TURÍSTICO**



.....  
Ing. Adrián Valencia Medranda, MSc.

**DOCENTE GUÍA**



.....  
Lic. Andrés Padilla Gallegos, MSc.

**DOCENTE TUTOR**



.....  
Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc

**DOCENTE ESPECIALISTA**

## INDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN .....	1
1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA.....	2
1.1 DATOS DE LA EMPRESA .....	3
1.2 MISIÓN .....	3
1.3 VISIÓN .....	3
1.4 OBJETIVOS .....	4
1.4.1 Objetivo General .....	4
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.5 METAS .....	4
1.5.1 Metas Corto Plazo .....	4
1.5.2 Metas A Largo Plazo.....	4
1.6 ESTATUTOS DE CONSTITUCIÓN:.....	5
1.6.1 Estatutos Básicos De Constitución De Sociedad Anónima. ....	5
1.6.2 Estatutos Sociales.....	6
1.6.2.1 Capítulo I - Naturaleza, Nombre, Nacionalidad y Domicilio. ....	6
1.6.2.2 Capítulo II - Capital y Acciones.....	7
1.6.2.3 Capítulo III - Dirección, Administración y Representación Legal .....	8
1.7 VIABILIDAD LEGAL .....	9
1.7.1 Capítulo I - Requisitos y Procedimiento .....	9
1.7.2 Capítulo II - Procedimiento De Licenciamiento .....	10
2. ANÁLISIS FINANCIERO.....	12
2.1 Definición de Precios por Producto .....	12
2.2 Estados de Resultados Proyectados a cinco años.....	15
2.3 Flujo de Efectivo a cinco años .....	16
2.4 Análisis del Punto de Equilibrio .....	17
2.5 Análisis de Tasa Interna de Retorno .....	23
2.6 Análisis del Índice de Rentabilidad.....	24
2.7 Valor Actual Neto .....	25

2.8 Retorno de la Inversión .....	26
CONCLUSIONES .....	27
BIBLIOGRAFÍA .....	28

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Detalle del Capital social .....	7
Tabla 2 Fijación de precio para Itinerario turístico Cultural Aventurera.....	12
Tabla 3 Fijación de precio para la Itinerario Turístico de la Pesca Salinense.....	13
Tabla 4 Fijación de precio para la Itinerario Turístico de la Pesca Salinense.....	14
Tabla 5 Estado de Resultados .....	15
Tabla 6 Flujo de efectivo a 5 años .....	16
Tabla 7 Punto de Equilibrio Ruta Cultural aventurera.....	17
Tabla 8 Punto de Equilibrio Ruta Salinas en las manos.....	19
Tabla 9 Punto de Equilibrio de la Ruta de la Pesca Salinense .....	21
Tabla 10 Análisis de la Tasa Interna de Retorno .....	23
Tabla 11 Análisis del Índice de Rentabilidad .....	24
Tabla 12 Índice de Rentabilidad .....	25
Tabla 13 Valor Actual Neto .....	25
Tabla 14 Retorno de la Inversión .....	26

## **“OPERADORA TURÍSTICA “OPERTOURING S.A.” CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: PLAN FINANCIERO.”**

### **RESUMEN**

El presente plan de negocios muestra la propuesta de una operadora turística Salinense que contara inicialmente con 8 empleados, la cual se encargara de crear itinerarios y paquetes turísticos alternativos, basado en el sistema todo incluido. De manera que se diversifique la actividad turística mediante la implementación de paquetes turísticos alternativos que den realce a la cultura y gastronomía local. El presente trabajo hará un uso exhaustivo de la metodología para la creación de un plan de negocios constituido en dos etapas fundamentales como la formulación y la evaluación. Cada una de las etapas mencionadas anteriormente aportara al desarrollo de estrategias para la formulación y la evaluación de la viabilidad del presente plan de negocio.

La fase organizacional está compuesta de la visión, misión, objetivos generales, metas a corto y largo plazo, así como la forma en que estará constituida legalmente como los estatutos y la viabilidad legal como fase inicial para el proceso de apertura de la empresa. El componente con mayor relevancia y eje fundamental en el plan de negocios son los itinerarios y paquetes turísticos enfocado en la cultura y gastronomía del cantón Salinas para de esta forma romper con la estacionalidad, los cuales en cada una de sus etapas contienen la parte vivencial del turismo orientadas a ofrecer a los clientes lo mejor de cada atractivo con el valor agregado de la calidad y atención que se plantea como política y cultura organizacional de la empresa. Así mismo se tomará en análisis el entorno, la oferta, las relaciones con el marketing y el diseño de los servicios a ofertar como el full day, tour 2d1n bajo la modalidad all inclusive utilizando la matriz FODA para la elaboración de las estrategias a llevar a cabo fundamentado en la investigación de mercados donde se analizará los datos bibliográficos para proponer la formulación de una operadora turística que pueda satisfacer las necesidades de los turistas. En esta misma fase se encuentra lo que es el análisis de operaciones y el talento humano como base para nuestra empresa. Dentro del presente plan se evidencia el análisis financiero, el estado de resultado proyectado, el flujo de efectivo, análisis del punto de equilibrio que determinan la viabilidad económica para la formulación del proyecto.

## **ABSTRACT**

This business plan shows the proposal of a Salinense tour operator that will initially have 8 employees, which will be in charge of creating alternative tour packages and itineraries, based on the all-inclusive system. In such a way that the tourist activity is diversified through the implementation of alternative tourist packages that enhance the local culture and gastronomy. This work will make an exhaustive use of the methodology (add authors) for the creation of a business plan consisting of two fundamental stages such as formulation and evaluation. Each of the stages mentioned above will contribute to the development of strategies for the formulation and evaluation of the viability of this business plan. The organizational phase is composed of the vision, mission, general objectives, short and long-term goals, as well as the way in which it will be legally constituted as the statutes and legal viability as the initial phase for the process of opening the company. The most relevant component and fundamental axis in the business plan are the itineraries and tourist packages focused on the culture and gastronomy of the Salinas canton in order to break with seasonality, which in each of its stages contain the experiential part of the tourism aimed at offering customers the best of each attraction with the added value of quality and care that is proposed as a policy and organizational culture of the company. Likewise, the environment, the offer, the relationships with marketing and the design of the services to be offered will be taken into analysis, such as the full day, 2d1n tour under the "all-inclusive" mode using the SWOT matrix for the elaboration of the strategies to be carried out based on market research where bibliographic data will be analyzed to propose the formulation of a tour operator that can meet the needs of tourists. In this same phase is what is the analysis of operations and human talent as the basis for our company. Within this plan, the financial analysis, the projected income statement, the cash flow, analysis of the equilibrium point that determine the economic viability for the formulation of the project is evidenced.

**Keywords:** tourist activity, experiential tourism, tourist packages, seasonality

## INTRODUCCIÓN

El destino turístico receptor del cantón salinas ha sido identificado como uno de los principales ejes de desarrollo local y dinamizador de la economía, teniendo en cuenta que en la actualidad es uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador por las características muy interesantes en sus atractivos turísticos, que invitan a una gran cantidad de turistas tanto a nivel local, nacional e internacional, han iniciado sus actividades empíricamente sin tener el conocimiento necesario para un eficiente funcionamiento además que hasta la presente ninguno de ellas ha incorporado un medio de transporte propio como, con el cual puedan realizar recorridos hacia cada uno de los atractivos, ocasionando así la falta de difusión e insatisfacción de los visitantes . Por lo anotado se propone la creación de una operadora turística e implementación de una chiva como medio de transporte para la movilización hacia los atractivos turísticos y de esta manera, satisfacer las demandas de los turistas por visitar dichos atractivos. Se contó con la facilidad para obtener información apropiada, adquirir datos concretos sobre los diferentes atractivos turísticos de la ciudad, así como el estudio de mercado para conocer los antecedentes, la segmentación del mercado e identificación del perfil del turista para conocer sus características como elemento que permite apoyar y tomar decisiones sobre inversiones en el sector, La implementación de la chiva a la operadora turística permitió conocer el tipo de vehículo, su diseño y la capacidad con la cual contará para realizar los recorridos además de conocer los requisitos para la operación de la misma. El estudio técnico administrativo permitió establecer la visión, la misión, los principios y valores de la operadora turística, además de plantear los objetivos para alcanzarlos. Principios Administrativos que permite establecer quienes conforman la operadora turística estableciendo su función y como alcanzarlas. Estructura Organizativa de la Operadora Turística corresponde al proceso de organización de los talentos humanos, financieros y materiales de los que dispone la empresa, para alcanzar los objetivos deseados. Estudio Económico Financiero permite establecer los gastos las inversiones las pérdidas y ganancias de la operadora Turística.

## **1. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA**

La operadora turística OPERTOURING S.A. nace a partir de la necesidad de potenciar una oferta turística, pensando en la satisfacción de los clientes, cooperando e incentivando al desarrollo socio-económico local y nacional, siendo la actividad turística un eje fundamental en el cambio de la matriz productiva del país, que se extiende en el impulso de productos y servicios turísticos en base a la diversificación de destinos a nivel nacional, se plantea una oferta inicial incluyendo los atractivos más sobresalientes de las zonas rurales del cantón Salinas y se oferta en mercados nacionales e internacionales, pues se pretende generar divisas provenientes del flujo monetario originario del turismo internacional. El servicio comprende en ofertar al turista un escape de su vida cotidiana por medio de tours y paquetes turísticos innovadores, que permitan una visión general de los atractivos y actividades alternativas que, por su deficiente difusión no son reconocidas, los paquetes turísticos garantizarán el disfrute total de sus actividades mediante un servicio de calidad.

La empresa OPERTOURING S.A. busca diversificar la oferta turística alternativa de la provincia de Santa Elena, tomando los atractivos turísticos de las zonas rurales del Cantón Salinas, esto se realiza para dinamizar la economía y generar un desarrollo socioeconómico en la localidad.

El cantón Salinas es uno de los destinos reconocidos a nivel nacional e internacional, tiene un gran desarrollo de la industria turística, sus principales atractivos son: La Reserva Faunística Marino Costera Puntilla de Santa Elena, que es una de las áreas más visitadas a nivel nacional, según (Mintur, 2017) los visitantes extranjeros registrados en la REMACOPSE representan el 8,4% y los nacionales en el 91,6%. De la misma manera se encuentra la playa San Lorenzo caracterizada por el maravilloso paisaje determinado por sus pacíficas olas que permiten el disfrute familiar, además de los servicios complementarios como alojamiento y establecimientos de restauración, el clima en la localidad varía entre 21° a 33° C.

## **1.1 DATOS DE LA EMPRESA**

**Nombre:** OPERTOURING S.A.

**Objeto social:** Operación Turística

**R.U.C. N°:** 2400256562001

**Fecha de constitución:** 24 de marzo del 2018

**Actividad Económica:** Operación Turística Intermediación.

**Representante:** Carlos Alberto Ordóñez Tomalá

**Provincia:** Santa Elena

**Cantón:** Salinas

**Ubicación:** Sector Las Palmeras

## **1.2 MISIÓN**

Ser referente para los viajeros, generando un ambiente de comodidad, tranquilidad y esparcimiento a través de procesos y personal altamente calificado con el objetivo de satisfacer las más altas exigencias de nuestros clientes.

## **1.3 VISIÓN**

Ser al año 2025 la mejor operadora turística ecuatoriana especializada en promocionar diversidad de paquetes turísticos alternativos del cantón Salinas, ubicándonos como la opción preferida de turistas y visitantes nacionales e internacionales

## **1.4 OBJETIVOS**

### 1.4.1 Objetivo General

Diseñar un producto turístico de calidad, mediante la diversificación de la oferta en paquetes turísticos alternativos, que satisfaga las expectativas y necesidades del usuario que visita el cantón Salinas.

### 1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar los atractivos turísticos del Cantón Salinas.
- Analizar la planta turística del Cantón Salinas.
- Diseñar paquetes turísticos alternativos, mediante la puesta en valor de los atractivos de las zonas rurales del cantón Salinas.

## **1.5 METAS**

### 1.5.1 Metas Corto Plazo

- Satisfacer las expectativas y necesidades de la demanda turística Local, ofreciéndole un servicio de calidad y a un excelente precio.
- Diversificar la oferta turística tradicional del cantón Salinas.
- Liderar el mercado local en operación Turística.

### 1.5.2 Metas A Largo Plazo

- Posicionamiento en el mercado nacional e internacional.
- Incrementar la oferta de paquetes turísticos a nivel provincial.
- Ser referente de la operación turísticas a nivel provincial.

## **1.6 ESTATUTOS DE CONSTITUCIÓN:**

El día 22 de octubre del 2019, los directivos **Alejandro Avelino Kevin Alexander, Franco Rodríguez Emma Narcisa, García Vera Brando Gregory, Ordóñez Tomalá Carlos Alberto**, crearon la empresa **OPERTOURING S.A.**, que ha tenido un desarrollo en el mercado local. La compañía está ubicada en la Provincia de Santa Elena, Cantón Salinas.

### **Operadora Turística OPERTOURING S.A.**

#### **Acta de Constitución de la Operadora OPERTOURING S.A.**

##### **1.6.1 Estatutos Básicos De Constitución De Sociedad Anónima.**

La Libertad, 24 de marzo del 2018

Por medio del presente documento privado los señores

**Alejandro Avelino Kevin Alexander**, mayor de edad, domiciliado (a) en la ciudad de La Libertad, identificado (a) con la cédula de ciudadanía número **0922863675**, de estado civil soltero, de nacionalidad ecuatoriana, quien obra en su propio nombre.

**Emma Narcisa Franco Rodríguez**, mayor de edad, domiciliado (a) en la ciudad de Santa Elena, identificado (a) con la cédula de ciudadanía número **2450313354**, de estado civil soltero, de nacionalidad ecuatoriana, quien obra en su propio nombre.

**Brandon Gregory García Vera**, mayor de edad, domiciliado (a) en la ciudad de La Libertad, identificado (a) con la cédula de ciudadanía número **2450181272**, de estado civil soltero, de nacionalidad ecuatoriana, quien obra en su propio nombre.

**Carlos Alberto Ordóñez Tomalá**, mayor de edad, domiciliado (a) en la ciudad de La Libertad, identificado (a) con la cédula de ciudadanía número **2400256562**, de estado civil soltero, de nacionalidad ecuatoriana, quien obra en su propio nombre.

Manifestaron de forma libre y voluntaria entre sí para establecer una sociedad de la especie anónima, la cual se regirá por las disposiciones legales que regulan el

funcionamiento de las sociedades anónimas y los siguientes estatutos y dando cumplimiento a lo establecido en los reglamentos de la constitución del Ecuador, Ley de compañías, debido a que la sociedad cuenta con cuatro (4) trabajadores o los activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos.

#### 1.6.2 Estatutos Sociales

##### **1.6.2.1 Capítulo I - Naturaleza. Nombre, Nacionalidad y Domicilio.**

**ARTICULO 1. Nombre:** La Sociedad actuará bajo la denominación de (OPERTOURING S.A.).

**ARTÍCULO 2. Especie y nacionalidad:** La compañía es anónima, de naturaleza comercial, y de nacionalidad ecuatoriana.

**ARTICULO 3. Domicilio:** El domicilio donde actuará la compañía es la ciudad de (Salinas- Sector Las Palmeras) Provincia de Santa Elena Republica de Ecuador. Sin embargo, la sociedad podrá crear sucursales y agencias en cualquier lugar del país.

**ARTICULO 4. Duración:** La sociedad tendrá un término de 10 años contados partir de la fecha de este documento.

**ARTÍCULO 5.- Descripción del objeto social:** La operadora turística OPERTOURING S.A. nace a partir de la necesidad de potenciar una oferta turística alternativa, pensando en la satisfacción de los turistas, cooperando e incentivando al desarrollo socio-económico local y cantonal.

## 1.6.2.2 Capítulo II - Capital y Acciones

### ARTÍCULO 6. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO

Tabla 1

*Detalle del Capital social*

<b>Capital por Socio</b>	<b>\$ 15.704.36</b>
<b>CLASES DE ACCIONES</b>	<b>Nominales y Ordinarias</b>
<b>Capital por socio</b>	
<b>Alejandro Avelino Kevin</b>	<b>\$ 3.926,09</b>
<b>Franco Rodríguez Emma</b>	<b>\$ 3.926,09</b>
<b>García Vera Brandon</b>	<b>\$ 3.926,09</b>
<b>Ordóñez Tomalá Carlos</b>	<b>\$ 3.926,09</b>

**ARTICULO 7. Capitalización:** La Asamblea General de Accionistas puede convertir en capital social, en cualquier tiempo, mediante la emisión de nuevas acciones o el aumento del valor nominal de las ya existentes, cualquier reserva de ganancias, ajustes, primas por colocación de acciones y cualquier clase de utilidades líquidas repartibles.

**ARTÍCULO 8. Colocación De Acciones:** Para la colocación de acciones provenientes de cualquier aumento del capital social se preferirán como suscriptores a quienes ya sean accionistas, salvo que la Asamblea General de Accionistas resuelva, para casos concretos, lo contrario. La Asamblea General de Accionistas reglamentará el ejercicio del derecho de preferencia sobre la base de que los accionistas podrán suscribir nuevas acciones en proporción al número de acciones que posean en la fecha de aprobación del reglamento. Corresponde a la Junta Directiva reglamentar toda colocación de acciones.

**ARTÍCULO 9. Derechos Del Accionista:** Todas las acciones confieren a su titular un igual derecho en el haber social y en los beneficios que se repartan y cada una de ellas tiene derecho a un (1) voto en las deliberaciones de la Asamblea General de Accionistas.

**ARTICULO 10. Libro De Registro De Acciones:** La sociedad llevará un LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES en el cual se inscribirán el nombre completo, dirección y legitimación del propietario, con indicación del número que posee cada persona.

**ARTICULO 11. Cesión De Acciones:** Los accionistas pueden ceder todas, algunas o alguna de las acciones que posean, mediante el endoso del título correspondiente, sin estar sujetos al derecho de preferencia.

**ARTICULO 12. Ventas de Acciones:** Los accionistas tienen la potestad de vender sus acciones, pero se retendrá el 40% del valor de cada acción. Por derecho de capitalización Inicial.

### **1.6.2.3 Capítulo III - Dirección, Administración y Representación Legal**

**ARTICULO 13. Órgano de dirección y Gestión Principal.** La sociedad funcionará mediante dirección de Gerente y suplente.

**ARTICULO 14. Composición de la directiva de la asociación.** La asociación tiene una asamblea que actualmente están inscritos en el Libro de registro de acciones, la cuales tienen derecho a la votación para la elección de la directiva que administrará la asociación.

**ARTICULO 15. Convocatoria.** Los accionistas sesionarán de forma ordinaria, todos los quince días del mes y de forma Extraordinaria con mínimo doce horas de anticipación cada vez que sea necesario.

**ARTICULO 16. Segunda Convocatoria:** Cuando por falta de quórum requerido, no pueda llevarse a cabo la Asamblea General de Accionistas ordinaria o extraordinaria, se levantará un Acta por quienes hayan asistido, en la cual se dejará constancia de tal hecho y se convocará por el Representante Legal de la Sociedad a una nueva reunión, la cual se efectuará no antes de los diez (10) días hábiles siguientes, ni después de los treinta (30) días hábiles, contados desde la fecha fijada para la primera reunión. En la nueva reunión se deliberará y decidirá válidamente con un número plural de personas, cualquiera que sea la cantidad de acciones representadas.

## **1.7 VIABILIDAD LEGAL**

### **REGLAMENTO DE OPERACION E INTERMEDIACION TURISTICA**

#### **TITULO II DEL REGISTRO**

##### **LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO E IDENTIFICACION**

###### 1.7.1 Capítulo I - Requisitos y Procedimiento

**Art. 8.-** Requisitos para obtención del Registro de Turismo. - Las personas jurídicas, previo a iniciar el proceso de registro de las agencias de servicios turísticos, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Registro único de Contribuyentes (RUC)
- b) Escritura de constitución, último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, en caso de que aplique estas dos últimas
- c) Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito en el Registro Mercantil
- d) Pago de la contribución del 1x1.000 a la autoridad nacional de turismo. No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la autoridad nacional de turismo.

**Art. 9.-** Del procedimiento de registro e inspección de agencias de servicios turísticos. - El procedimiento para el registro e inspección de una agencia de servicios turísticos será el siguiente:

- a) La autoridad nacional de turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio para el registro de las agencias de servicios turísticos
- b) Para el registro, la persona jurídica deberá seguir los pasos del sistema digital que será establecido por la autoridad nacional de turismo. Al finalizar el proceso, el sistema emitirá un certificado de registro del establecimiento;

c) La autoridad nacional de turismo realizará inspecciones de verificación y/o control a las agencias de servicios turísticos. Al final de la inspección, se emitirá un acta suscrita entre el funcionario de la autoridad nacional de turismo y el propietario, representante legal, administrador o encargado de la agencia de servicios turísticos, donde se dejará constancia de la diligencia realizada. Una copia de esta acta será entregada a la agencia de servicios turísticos; y,

d) En caso de que los resultados de la inspección, determinen que la agencia no consignó información veraz al registrarse o posteriormente en caso de reclasificaciones, la autoridad nacional de turismo o los gobiernos autónomos descentralizados a los que se les haya transferido la competencia de control, impondrán las sanciones establecidas en la Ley de Turismo.

**Art. 10.-** Cambio de clasificación. - Toda agencia de servicios turísticos que manifieste su voluntad de cambiar su clasificación, deberá realizar el proceso correspondiente determinado en la herramienta digital de la autoridad nacional de turismo. Sin perjuicio de lo previsto en el inciso anterior, la autoridad nacional de turismo no exigirá la presentación de documentación alguna, que ya hubiere sido acreditada en el momento pertinente.

#### 1.7.2 Capítulo II - Procedimiento De Licenciamiento

**Art. 11.-** Del procedimiento y requisitos de la Licencia Anual de Funcionamiento. - Para el proceso de licenciamiento de las agencias de servicios turísticos, la autoridad nacional de turismo o el gobierno autónomo descentralizado al cual se le haya transferido esta competencia, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de Registro de Turismo y los demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente, de ser el caso.

El procedimiento de obtención de la Licencia única Anual de Funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la autoridad nacional

de turismo, o de acuerdo al procedimiento establecido por el gobierno autónomo descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda.

Los requisitos para obtener la Licencia única Anual de Funcionamiento, a parte del Registro de Turismo serán los siguientes:

- a) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta del último ejercicio económico;
- b) Pago efectuado por concepto de renovación de Licencia única Anual de Funcionamiento, de ser el caso
- c) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente. No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la autoridad nacional de turismo.

Una vez obtenida la Licencia Unica Anual de Funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el cliente.

En el caso de que el gobierno autónomo descentralizado no cuente con una herramienta informática para el registro y licenciamiento de las agencias de servicios turísticos, la autoridad nacional de turismo otorgará un enlace a su herramienta digital con el fin de mejorar los procesos y dar cumplimiento a lo establecido en el presente reglamento.

En caso de que el gobierno autónomo descentralizado cuente con una herramienta informática, el mismo deberá enlazarlo con el de la autoridad nacional de turismo.

## 2. ANÁLISIS FINANCIERO

En el detalle del análisis financiero se justifican el detalle de los costos de cada ruta turística de la siguiente manera:

### 2.1 Definición de Precios por Producto

**Tabla 2**

*Fijación de precio para Itinerario turístico Cultural Aventurera*

<b>Ruta N° 1.- Cultural aventurera</b>				
<b>Día 1</b>	<b>PAX</b>	<b>V. UNIT</b>	<b>V. TOTAL</b>	<b>Producción Mensual</b>
Check in. Hotel San Francisco 3	<b>20</b>	10,00	200,00	800,00
Desayuno Americano / Buffet.		5,00	100,00	400,00
Visitar el Malecón en la que realizaremos un Tour aventurero de bahía, conociendo la playa de San Lorenzo y Chipipe.		5,00	100,00	400,00
Gastronomía típica de la localidad en La Lojanita Almuerzo		5,00	100,00	400,00
Platos a la carta			0,00	0,00
Visita a la Reserva Marino Costera Puntilla de Santa Elena (Remacopse)		0,00	0,00	0,00
Coctel de bienvenida y noche libre		3,00	60,00	240,00
<b>Día 2</b>				0,00
Museo de las ballenas		0,00	0,00	0,00
Visita a la Iglesia San Rafael de Arcángel en la parroquia José Luis Tamayo		0,00	0,00	0,00
Visita a la Playa punta carnero		0,00	0,00	0,00
El Faro que fue declarada como patrimonio cultural.		0,00	0,00	0,00
Almuerzo Puerto pesquero Anconcito		3,00	60,00	240,00
Servicio de Guía		6,00	120,00	480,00
Transporte desde la ciudad de Guayaquil	12,50	250,00	1000,00	
Seguro de viaje	15,00	300,00	1200,00	
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO</b>		<b>64,50</b>	<b>1290,00</b>	<b>5160,00</b>
<b>Margen de utilidad 20%</b>		<b>12,90</b>	<b>258,00</b>	<b>1032,00</b>
<b>Precio de venta</b>		<b>77,40</b>	<b>1548,00</b>	<b>6192,00</b>
<b>IVA 12%</b>		<b>9,29</b>	<b>185,76</b>	<b>743,04</b>
<b>Precio de venta al Público</b>		<b>86,69</b>	<b>1733,76</b>	<b>6935,04</b>

Tabla 3

Fijación de precio para la Itinerario Turístico de la Pesca Salinense

<b>Ruta Salinas en las manos</b>					
<b>Día 1</b>	<b>PAX</b>	<b>V. UNIT</b>	<b>V. TOTAL</b>	<b>Producción Mensual</b>	
Traslado desde la ciudad de Guayaquil hasta Salinas- Coffee brake	<b>20</b>	5,00	100,00	400,00	
Visitar el Malecón en la que realizaremos un Tour aventurero de bahía, conociendo la playa de San Lorenzo y Chipipe.		5,00	100,00	400,00	
Visita al museo de las ballenas			0,00	0,00	
Visita al Muelle de salinas		5,00	100,00	400,00	
Visita a la Reserva Marino Costera Puntilla de Santa Elena (Remacopse)		0,00	0,00	0,00	
Traslado al establecimiento La Lojanita (Almuerzo)		3,00	60,00	240,00	
Visita al Puerto Pesquero Santa Rosa de esta forma ofertar una experiencia vivencial en la parroquia urbana.		0,00	0,00	0,00	
Visita al centro de la parroquia José Luis Tamayo para apreciar el folclore de la localidad.		0,00	0,00	0,00	
Nos desplazamos a la parroquia Anconcito específicamente al Faro		0,00	0,00	0,00	
Merienda en el camino		4,00	80,00	320,00	
Servicio de Guía		4,00	80,00	320,00	
Paramédico		2,00	40,00	160,00	
Transporte desde la ciudad de Guayaquil		12,50	250,00	1000,00	
Seguro de viaje		15,00	300,00	1200,00	
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO</b>			<b>55,50</b>	<b>1110,00</b>	<b>4440,00</b>
<b>Margen de utilidad 20%</b>			<b>11,10</b>	<b>222,00</b>	<b>888,00</b>
<b>Precio de venta</b>			<b>66,60</b>	<b>1332,00</b>	<b>5328,00</b>
<b>IVA 12%</b>		<b>7,99</b>	<b>159,84</b>	<b>639,36</b>	
<b>Precio de venta al Público</b>		<b>74,59</b>	<b>1491,84</b>	<b>5967,36</b>	

Para la ruta cultural aventurera de Salinas correspondiente al tour 2D/1N se fijará un margen de utilidad del 20% más los recargos por ley, dando un precio de venta al público de \$86,69 incluido IVA en correspondencia con los valores que estarían dispuestos a cancelar las personas interesadas en el paquete turístico.

**Tabla 4**

*Fijación de precio para la Itinerario Turístico de la Pesca Salinense*

<b>Ruta de la Pesca Salinense</b>					
<b>Día 1</b>	<b>PAX</b>	<b>V. UNIT</b>	<b>V. TOTAL</b>	<b>Producción Mensual</b>	
Desayuno en el Puerto Pesquero de Anconcito observación de pesca artesanal e inducción turística	<b>20</b>	2,50	50,00	200,00	
Visita al Malecón de Anconcito interpretación turística			0,00	0,00	
Realizar actividades de Pesca deportiva en la Playa La Diablica		12,00	240,00	960,00	
Actividades de cocina vivencial ancestral (Almuerzo)		5,00	100,00	400,00	
Recorrido por la playa de Punta Carnero.		0,00	0,00	0,00	
Observación de aves e interpretación turística en las Piscinas de Ecuasal			0,00	0,00	
Visita al Muelle de Santa Rosa, Observación de Pesca tradicional interpretación turística y presentaciones artística del folclore costeño		2,00	40,00	160,00	
Servicio de Guía Turístico		3,00	60,00	240,00	
Paramédico		2,00	40,00	160,00	
Transporte desde la ciudad de Guayaquil		12,50	250,00	1000,00	
Seguro de viaje		15,00	300,00	1200,00	
<b>COSTO TOTAL DEL PRODUCTO</b>			<b>54,00</b>	<b>1080,00</b>	<b>4320,00</b>
<b>Margen de utilidad 20%</b>			<b>10,80</b>	<b>216,00</b>	<b>864,00</b>
<b>Precio de venta</b>		<b>64,80</b>	<b>1296,00</b>	<b>5184,00</b>	
<b>IVA 12%</b>		<b>7,78</b>	<b>155,52</b>	<b>622,08</b>	
<b>Precio de venta al Público</b>		<b>72,58</b>	<b>1451,52</b>	<b>5806,08</b>	

**Análisis.** Para los próximos 5 años, se plantean rutas turísticas para diversificar la oferta del cantón Salinas, detallando costes de producción y margen de utilidad del 20%, se consideran los rubros estimados a cancelar por parte del mercado objetivo quienes sugieren valores en rango de \$70 a 85\$

## 2.2 Estados de Resultados Proyectados a cinco años

Tabla 5

Estado de Resultados

	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>VENTAS</b>	<b>225.504,00</b>	<b>241.331,08</b>	<b>258.379,21</b>	<b>276.751,27</b>	<b>296.559,41</b>
Ingresos	225.504,00	241.331,08	258.379,21	276.751,27	296.559,41
Costos Fijos y Variables	158.395,82	171.305,08	185.266,45	200.365,66	216.695,47
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>67.108,18</b>	<b>70.025,99</b>	<b>73.112,76</b>	<b>76.385,60</b>	<b>79.863,94</b>
<b>Gastos Operativos</b>	<b>60.759,38</b>	<b>60.364,04</b>	<b>60.967,68</b>	<b>61.577,36</b>	<b>62.193,13</b>
Gastos Administrativos	45.146,30	45.597,76	46.053,74	46.514,28	46.979,42
Gastos de Ventas	14.620,08	14.766,28	14.913,94	15.063,08	15.213,71
Gastos de Constitución	993,00				
<b>UTILIDAD ANTES DE OTROS GASTOS</b>	<b>6.348,80</b>	<b>9.661,95</b>	<b>12.145,08</b>	<b>14.808,24</b>	<b>17.670,81</b>
Gastos Financieros	706,52	449,62		0,00	0,00
<b>UTILIDAD ANTES DE PARTIC TRABAJO</b>	<b>5.642,27</b>	<b>9.212,33</b>	<b>12.145,08</b>	<b>14.808,24</b>	<b>17.670,81</b>
Utilidad Participación Trabaj	846,34	1.381,85	1.821,76	2.221,24	2.650,62
<b>UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS</b>	<b>4.795,93</b>	<b>7.830,48</b>	<b>10.323,32</b>	<b>12.587,01</b>	<b>15.020,19</b>
Impuesto a la Renta	1.055,10	1.722,71	2.271,13	2.769,14	3.304,44
<b>UTILIDAD NETA</b>	<b>3.740,83</b>	<b>6.107,77</b>	<b>8.052,19</b>	<b>9.817,86</b>	<b>11.715,75</b>

Utilidad Bruta	29,76%	29,02%	28,30%	27,60%	26,93%
Utilidad Operativa	2,82%	4,00%	4,70%	5,35%	5,96%
Utilidad Neta	1,66%	2,53%	3,12%	3,55%	3,95%
	311,74	508,98	671,02	818,16	976,31

### Análisis:

El estado de resultado refleja valores de utilidad bruta correspondiente al 29,76 % en el primer año lo que evidencia que OPERTOURING S.A. está en los rangos aceptables de superávit, considerando que es una empresa de servicios turísticos seguido de la utilidad operativa que determina un valor 2,82% que detalla los ingresos y gastos operacionales, finalmente la utilidad neta que son los valores que se distribuye a los socios que representa el 1,66%.

## 2.3 Flujo de Efectivo a cinco años

**Tabla 6**

*Flujo de efectivo a 5 años*

<b>PLAN DE NEGOCIO "OPERTOURING S.A."</b>					
<b>FLUJOS DE EFECTIVO ANUALES</b>					
<b>CUENTAS</b>	<b>2019</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>
<b>INGRESOS</b>	225.504,00	241.331,08	258.379,21	276.751,27	296.559,41
<b>TOTAL INGRESOS</b>	225.504,00	241.331,08	258.379,21	276.751,27	296.559,41
<b>EGRESOS</b>					
Pago de Costos Fijos y Variables	158.395,82	171.305,08	185.266,45	200.365,66	216.695,47
Pago de Gastos Administrativos	44.218,00	44.669,46	45.125,44	45.585,98	46.051,12
Pago de Gastos de Ventas	14.620,08	14.766,28	14.913,94	15.063,08	15.213,71
Pago de Gastos Financieros	706,52	449,62			
Pago de Gastos de Constitución	993,00				
Pago de Préstamo bancario	2.400,60	2.657,50			
Pago de Impuesto a la renta		1.055,10	1.722,71	2.271,13	2.769,14
Pago de Participación Trabajadores		846,34	1.381,85	1.821,76	2.221,24
<b>TOTAL EGRESOS</b>	221.334,03	235.749,40	248.410,39	265.107,62	282.950,68
<b>SOBRANTE O FALTANTE</b>	4.169,97	5.581,68	9.968,82	11.643,65	13.608,73
<b>SALDO INICIAL</b>	19.447,35	23.617,32	29.199,00	39.167,82	50.811,48
<b>SALDO FINAL</b>	23.617,32	29.199,00	39.167,82	50.811,48	64.420,21

### **Análisis**

Es importante considerar que el flujo de efectivo determina la liquidez de la empresa de donde salen valores para cancelar los sueldos del recurso humano que labora en la entidad, cuyos valores indican crecimiento constante durante los 5 años que dura el emprendimiento, esto concuerda con la preferencia de pago de los usuarios quienes optan por cancelar en efectivo los paquetes turísticos.

## 2.4 Análisis del Punto de Equilibrio

**Tabla 7**

*Punto de Equilibrio Ruta Cultural aventurera*

<b>Ruta N° 1.- Cultural aventurera</b>	<b><i>Pax por persona</i></b>	<b><i>Año 1</i></b>	<b><i>Año 2</i></b>	<b><i>Año 3</i></b>	<b><i>Año 4</i></b>	<b><i>Año 5</i></b>
Consumidores o demanda mensual	108	113,40	119,07	125,02	131,27	137,84
Costos Fijos Unitarios	20,91	21,53	22,18	22,84	23,53	24,24
Costos Variables Unitarios	16,00	16,48	16,97	17,48	18,01	18,55
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>36,91</b>	<b>38,01</b>	<b>39,15</b>	<b>40,33</b>	<b>41,54</b>	<b>42,78</b>
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>3985,88</b>	<b>4310,73</b>	<b>4662,06</b>	<b>5042,02</b>	<b>5452,94</b>	<b>5897,36</b>
Margen Utilidad	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38	7,38
Precio Unitario	64,50	65,15	65,80	66,45	67,12	67,79
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>6966,00</b>	<b>7387,44</b>	<b>7834,38</b>	<b>8308,36</b>	<b>8811,02</b>	<b>9344,09</b>

<b>PE =</b>	<b>CF</b>	<b>34,48</b>
	<b>(PVU - CVU)</b>	
Ingresos	2.224,26	
Costos Fijos	1.672,51	
Cost. Variab.	551,75	
<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>	

**Análisis:** Para toda empresa que empieza a producir tiene como meta alcanzar el punto de equilibrio donde no obtienes ni pérdidas ni ganancias, es decir, es aquel punto donde las ventas se igualan a los costos totales haciendo que la utilidad sea cero. OPERTOURING S.A, encuentra el punto de equilibrio con 34,48 según su volumen de venta

**Tabla 8**

*Punto de Equilibrio Ruta Salinas en las manos*

<b>Ruta Salinas en las manos</b>	<b><i>Pax por persona</i></b>	<b><i>Año 1</i></b>	<b><i>Año 2</i></b>	<b><i>Año 3</i></b>	<b><i>Año 4</i></b>	<b><i>Año 5</i></b>
Consumidores o demanda mensual	108,00	113,40	119,07	125,02	131,27	137,84
Costos Fijos Unitarios	20,91	21,53	22,18	22,84	23,53	24,24
Costos Variables Unitarios	22,00	22,66	23,34	24,04	24,76	25,50
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>42,91</b>	<b>44,19</b>	<b>45,52</b>	<b>46,88</b>	<b>48,29</b>	<b>49,74</b>
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>4633,88</b>	<b>5011,55</b>	<b>5419,99</b>	<b>5861,72</b>	<b>6339,45</b>	<b>6856,11</b>
Margen Utilidad	926,78	926,78	926,78	926,78	926,78	926,78
Precio Unitario	55,50	58,28	61,19	64,25	67,46	70,83
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>5994,00</b>	<b>6293,70</b>	<b>6608,39</b>	<b>6938,80</b>	<b>7285,74</b>	<b>7650,03</b>

PE =	CF	50
	(PVU - CVU)	
Ingresos	2.770,87	
Costos Fijos	1.672,51	
Cost. Variable	1.098,36	
<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>	

**Análisis:** Para el itinerario “Salinas en tus manos” se prevé generar ventas de 50 para obtener el punto de equilibrio del valor total restando los costos fijos de la empresa en conjunto con los costos variables.

**Tabla 9**

*Punto de Equilibrio de la Ruta de la Pesca Salinense*

<b>Ruta de la Pesca Salinense</b>	<b>Pax por persona</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Consumidores o demanda mensual	108	113,4	119	125	131	138
Costos Fijos Unitarios	20,91	21,53352333	22,17952903	22,8449149	23,53026235	24,23617022
Costos Variables Unitarios	21,50	22,145	22,80935	23,4936305	24,19843942	24,9243926
<b>Costos Totales Unitarios</b>	<b>42,41</b>	<b>43,68</b>	<b>44,99</b>	<b>46,34</b>	<b>47,73</b>	<b>49,16</b>
<b>Costos Totales Mensuales</b>	<b>4.579,88</b>	<b>4.953,14</b>	<b>5.356,83</b>	<b>5.793,41</b>	<b>6.265,57</b>	<b>6.776,21</b>
Margen Utilidad	915,98	915,98	915,98	915,98	915,98	915,98
Precio Unitario	54,00	56,7	59,535	62,51175	65,6373375	68,91920438
<b>Ingresos Totales Mensuales</b>	<b>5.832,00</b>	<b>6.429,78</b>	<b>7.088,83</b>	<b>7.815,44</b>	<b>8.616,52</b>	<b>9.499,71</b>

PE =	CF	51
	(PVU - CVU)	
Ingresos	2.778,93	
Costos Fijos	1.672,51	
Cost. Variable	1.106,43	
<b>UTILIDAD</b>	<b>0,00</b>	

**Análisis:** Es aquel punto donde las ventas se igualan a los costos totales haciendo que la utilidad sea cero. OPERTOURING S.A, el itinerario “Ruta de la pesca” se prevé generar ventas de 51 para poder alcanzar el punto de equilibrio.

## 2.5 Análisis de Tasa Interna de Retorno

Tabla 10

Análisis de la Tasa Interna de Retorno

CASH FLOW	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS BRUTAS		225.504,00	241.331,08	258.379,21	276.751,27	296.559,41
COSTO DE PRODUCCIÓN		157.467,52	170.376,78	184.338,15	199.437,36	215.767,17
GASTOS OPERATIVOS		59.831,08	59.435,74	60.039,38	60.649,06	61.264,83
IMPUESTO TOTAL		1.055,10	1.722,71	2.271,13	2.769,14	3.304,44
INTERESES		706,52	449,62	0,00		
PRESTAMO BANCARIO		2.412	5.588	0		
PARTICIPACION TRABAJADORES		846,34	1.381,85	1.821,76	2.221,24	2.650,62
<b>TOTAL CASH FLOW</b>	<b>23.704,35</b>	<b>3.185,41</b>	<b>2.376,39</b>	<b>9.908,79</b>	<b>11.674,46</b>	<b>13.572,35</b>

Detalle	Valor
<b>TIR</b>	<b>16,09 %</b>

**Análisis:** La tasa interna de retorno determina la rentabilidad porcentual de la empresa, que en el caso de OPERTOURING S.A. refleja La inversión inicial del proyecto era igual a \$23.704,35, el horizonte de inversión de 5 años y usamos una tasa de descuento del 10,21% (determinada teniendo en cuenta el riesgo del sector y sus otros componentes). Hemos obtenido un TIR de 16,09% el cual refleja que el proyecto es viable.

## 2.6 Análisis del Índice de Rentabilidad

**Tabla 11**

*Análisis del índice de Rentabilidad*

<b>CASH FLOW</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
VENTAS BRUTAS		225.504,00	241.331,08	258.379,21	276.751,27	296.559,41
COSTO DE PRODUCCIÓN		157.467,52	170.376,78	184.338,15	199.437,36	215.767,17
GASTOS OPERATIVOS		59.831,08	59.435,74	60.039,38	60.649,06	61.264,83
IMPUESTO TOTAL		1.055,10	1.722,71	2.271,13	2.769,14	3.304,44
INTERESES		706,52	449,62	0,00		
PRESTAMO BANCARIO		2.412	5.588	0		
PARTICIPACION TRABAJADORES		846,34	1.381,85	1.821,76	2.221,24	2.650,62
<b>TOTAL CASH FLOW</b>	<b>23.704,35</b>	<b>3.185,41</b>	<b>2.376,39</b>	<b>9.908,79</b>	<b>11.674,46</b>	<b>13.572,35</b>

Detalle	Valor
<b>IR</b>	<b>8,47</b>

**Análisis:** La inversión inicial del proyecto era igual a \$23.704,35 el horizonte de inversión de 5 años y usamos una tasa de descuento del 10,21% Hemos obtenido IR de \$8,47 el cual es reflejado del valor total con el cash total de la empresa.

## 2.6 ÍNDICE DE RENTABILIDAD

Tabla 12

*Índice de Rentabilidad*

<b>TIR</b>	<b>57,94%</b>
Detalle	Valor

## 2.7 Valor Actual Neto

Tabla 13

*Valor Actual Neto*

Detalle	Valor
<b>VAN</b>	<b>\$60.030,94</b>

**Análisis:** El valor actual neto de una empresa debe ser mayor a la inversión inicial lo que evidencias que OPERTOURING S.A. obtiene un VAN de la inversión inicial del proyecto es igual a \$23.704,35 el horizonte de inversión de 5 años y descontamos los flujos de caja por año y sumando los 5 años vamos a obtener un VAN de \$4805,17

## 2.8 Retorno de la Inversión

**Tabla 14**

*Retorno de la Inversión*

<b>CASH FLOW</b>	<b>Año 0</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
VENTAS BRUTAS		225.504,00	241.331,08	258.379,21	276.751,27	296.559,41
COSTO DE PRODUCCIÓN		157.467,52	170.376,78	184.338,15	199.437,36	215.767,17
GASTOS OPERATIVOS		59.831,08	59.435,74	60.039,38	60.649,06	61.264,83
IMPUESTO TOTAL		1.055,10	1.722,71	2.271,13	2.769,14	3.304,44
INTERESES		706,52	449,62	0,00		
PRESTAMO BANCARIO		2.412	5.588	0		
PARTICIPACION TRABAJADORES		846,34	1.381,85	1.821,76	2.221,24	2.650,62
<b>TOTAL CASH FLOW</b>	23.704,35	3.185,41	2.376,39	9.908,79	11.674,46	13.572,35

<b>PRI</b>	
<b>Detalle</b>	<b>Valor</b>
<b>Años</b>	<b>1</b>
<b>Meses</b>	<b>2</b>
<b>Días</b>	<b>17</b>

**Análisis:** El periodo de recuperación de la inversión estipula que es en 1 año, 2 meses y 17 días, es decir que después de ese tiempo OPERTOURING S.A. obtendrá valores directos de ingresos.

## **CONCLUSIONES**

Acorde a la investigación y análisis del plan de negocio OPERTOURING S.A. Se puede concluir que la empresa es viable en su ejecución por los siguientes motivos:

- El VAN refleja la inversión que tiene es rentable porque las potenciales ganancias son las más altas en cuanto a su valor económico actual.
- El periodo de recuperación de la inversión es en menos de dos años, lo que hace factible la implementación.
- Los costes de producción para la elaboración de paquetes turísticos más la utilidad reflejan el precio de venta al público dentro de los rangos que están dispuestos a cancelar el segmento encuestado.
- El flujo de efectivos denota que la empresa tendrá liquidez para asumir los gastos administrativos durante los 5 años que dura el proyecto.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas. (2014-2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Salinas*. Salinas.
- Jhony Yumisaca Tuquinga, E. M. (2017). *PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN ECUADOR. REFERENCIAS PARA NUEVAS PROPUESTAS DE DESARROLLO*. Obtenido de [http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S2218-36202017000300008](http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300008)
- Ministerio de Turismo. (20 de Febrero de 2015). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/2015-02-20-22-41-48/impuesto-del-uno-por-mil>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Catastro de establecimientos de alojamiento turístico*. Salinas.
- Ministerio de Turismo. (2019). *Catastro de establecimientos de restauración*. Salinas.
- Ministerio de Turismo. (2019). *Catastro Provincial*. Salinas. Obtenido de Establecimientos de Operación turística.
- Ministerio de Turismo. (Diciembre de 2019). *Indicadores Turísticos*. Obtenido de Información relevante del Turismo en el Ecuador: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2019/MUESTRA-INDICADORES-DICIEMBRE-2019.pdf>
- MINTUR. (06 de Mayo de 2008). *turismo.gob.ec*. Obtenido de [turismo.gob.ec: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf)
- MINTUR. (2016). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de [servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-atractivos-turisticos-pilotaje-2016.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-atractivos-turisticos-pilotaje-2016.pdf)
- MINTUR. (2016). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de [servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-de-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-de-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf)
- Mintur. (2017). *Ministerio de turismo*. Obtenido de Boletín de estadísticas turísticas: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-de-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf>

- MINTUR. (2018). Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- MINTUR. (2019). *Emprende Turismo*. Obtenido de [servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/emprende-turismo](https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/emprende-turismo)
- MINTUR. (2019). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de [servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf)
- MINTUR, T. e. (2019). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/IndicadoresDeTurismo/Indicadores-de-Turismo-2018-2019.pdf>
- PNTV, S. T. (2017-2021). *todaunavida.gob.ec*. Obtenido de [todaunavida.gob.ec: https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/](https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/)
- SRI. (08 de Agosto de 2019). *sri.gob.ec*. Obtenido de [sri.gob.ec: https://www.sri.gob.ec/web/guest/devolucion-del-iva-a-turistas-extranjeros](https://www.sri.gob.ec/web/guest/devolucion-del-iva-a-turistas-extranjeros)
- Turismo, M. d. (Diciembre de 2019). *Indicadores Turísticos*. Obtenido de Información relevante del Turismo en el Ecuador: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2019/MUESTRA-INDICADORES-DICIEMBRE-2019.pdf>
- Yumisaca & Mendoza. (2016). PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN ECUADOR. REFERENCIAS PARA NUEVAS PROPUESTAS DE DESARROLLO. *Scielo*, 9(3), 55.