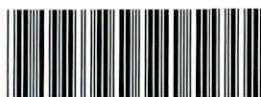


ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL



ESCUELA DE POSTGRADO EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS MAESTRIA EJECUTIVA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS VII PROMOCIÓN

PROYECTO:



DP-07601



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

QUILTOUR S.A. OPERADORA DE TURISMO

PROFESOR: Dr. Rodrigo Varela

TUTOR: Ing. Ana Jaramillo, MBA

INTEGRANTES: Ing. Carlos Moreno Barrera
Ec. Verónica Merino Maridueña
CPA. Ma. Del Carmen Zurita Parra

Guayaquil – Ecuador
Julio 27 de 2004

I. Resumen Ejecutivo	4
II. Introducción	5
III. Análisis del Mercado	6
Análisis del Sector	6
Barreras de ingreso	
Rivalidad existente entre competidores	
Poder negociador de clientes y proveedores	
Análisis del Negocio	10
Descripción del Servicio	
Fortalezas y debilidades (FODA)	
Clientes	
Análisis de la Competencia	16
Tamaño del mercado global	
Plan de Mercadeo	19
Estrategia de Precios	
Estrategia de venta	
Estrategia Promocional	
Estrategia de Distribución	
Políticas de Servicios	
Tácticas de ventas	
IV. Análisis Técnico	22
Análisis del producto	
Facilidades	
Equipos de Oficina	
Distribución de la Oficina	
Plan de Campo	
V. Análisis Administrativo	27
Grupo Empresarial	27
Socios	
Capital	
Trayectoria del grupo empresarial	
Organización del Personal	28
VI. Análisis Legal, Ético y Social	32
Aspectos Legales	
Aspectos éticos y morales	
Análisis de valores	
Aspectos sociales	
Análisis ambiental	
VII. Análisis Económico	34
Inversión en activos fijos	

Inversión en capital de trabajo
Presupuesto de ingresos
Presupuesto de gastos variables
Presupuesto de gastos administrativos
Presupuestos de Gastos Generales
Presupuesto de pagos de impuestos
Presupuestos de gastos promocionales, ferias y Congresos
Análisis de Costos

VIII. Análisis Financiero	39
IX. Análisis de Riesgos e Intangibles	39
Riesgos de mercado	
Riesgos técnicos	
Riesgos económicos	
Riesgos financieros	
X. Evaluación Integral del Proyecto	40
XI. Anexos	41

I. RESUMEN EJECUTIVO

Quiltour S.A. se establecerá en la ciudad de Guayaquil - Ecuador, con el propósito de prestar servicios turísticos en actividades de Operadora de Turismo la que ofertará paquetes turísticos locales y nacionales. Por consiguiente para hacer realidad nuestra propuesta contaremos con expertos profesionales que desarrollarán paquetes turísticos con criterio técnico.

Nuestro objetivo será brindar una atención personalizada a un segmento del mercado tales como niños, jóvenes y personas de la tercera edad que satisfagan sus necesidades de recreación mediante:

- Paquetes turísticos innovadores en rutas de destino turístico,
- Atención de recreación durante el tour,
- Eficiencia en la atención y contratos de clientes
- Costos asequibles para clientes

El grupo empresarial gestor está conformado por la Ec. María Verónica Merino, CPA. María del Carmen Zurita, Egresada de Turismo Jéssica Nicolaide y el Ing. Carlos Alberto Moreno, quienes tienen una gran trayectoria en la administración de empresas.

El proyecto requiere de una inversión total de \$59,000.00, de los cuales el 59% se realizará a través del aporte de los accionistas y el restante a través del financiamiento bancario. Cabe indicar que el monto correspondiente al aporte de los accionistas se efectuará en partes iguales (25% cada socio).

La oportunidad de ejecutar el proyecto, se muestra atractiva, ya que debido al creciente progreso urbanístico de las ciudades del país se ha incrementado el flujo turístico hacia estos lugares y que de acuerdo a las proyecciones de la Dirección de Turismo se crea una expectativa de crecimiento del 14% por año hasta el 2010.

La rentabilidad del proyecto, en un análisis a 5 años, tiene una tasa interna de retorno TIR del 28,28% anual, muy superior a cualquier opción financiera existente. El valor presente neto al 16% es de \$ 25.588,82.

Adicionalmente este proyecto brindará a la sociedad un desarrollo económico y social considerando la participación de todas las actividades vinculadas al sector turístico como es, la apertura de fuentes de trabajo, contribución de ingreso de divisas, aportes al Fisco, fomento cultural y desarrollo del país.

II. INTRODUCCIÓN

El proyecto de crear la Operadora de Turismo Quiltour S.A., tiene como objetivo hacer realidad una idea de negocio que busca satisfacer necesidades del mercado nacional e internacional en el área del turismo.

Esta idea de negocio, no tiene el criterio de sumar una operadora más de turismo en el Ecuador, sino más bien nace de la necesidad de crear una empresa cimentada en valores morales y éticos de sus autores, así como aplicar el conocimiento adquirido de una Maestría en Administración de Empresa, que establezca la diferencia, mostrando técnicas y experiencia para llegar al objetivo de crear un negocio que brinde un servicio de turismo que satisfaga, necesidades, ofrezca distracción, seguridad y confianza, de tal manera que a cada cliente de Quiltour S.A. se le de el trato que se merece.

La creación de una operadora de Turismo, como todo negocio tiene la finalidad de invertir y ganar una utilidad o renta, por consiguiente, el contenido de este trabajo ha sido desarrollado con todas las técnicas y herramientas conocidas en la Administración de Empresas, las cuales van desde el análisis interno, externo, así como la misión y visión que se han proyectado sus autores, por lo tanto durante el desarrollo del proyecto se han planteados planes y programas que agreguen valor y que ofrezcan un paquete turístico diferenciado el cual buscará el objetivo de satisfacer las necesidades de turistas nacionales y extranjeros, de tal manera que su ejecución tenga un impacto positivo en la sociedad ecuatoriana.

Quiltour S.A. una idea de negocio casi realidad, ha sido impulsada por Ma. Verónica, Ma. Del Carmen y Carlos emprendedores soñadores y visionarios que creen en el Ecuador y tienen la convicción que, “Una empresa estructuralmente organizado y planificado, posee mecanismos idóneos que, diversifican y amplían un campo de acción que hará exitoso el presente plan de negocios”.

III. ANÁLISIS DE MERCADO

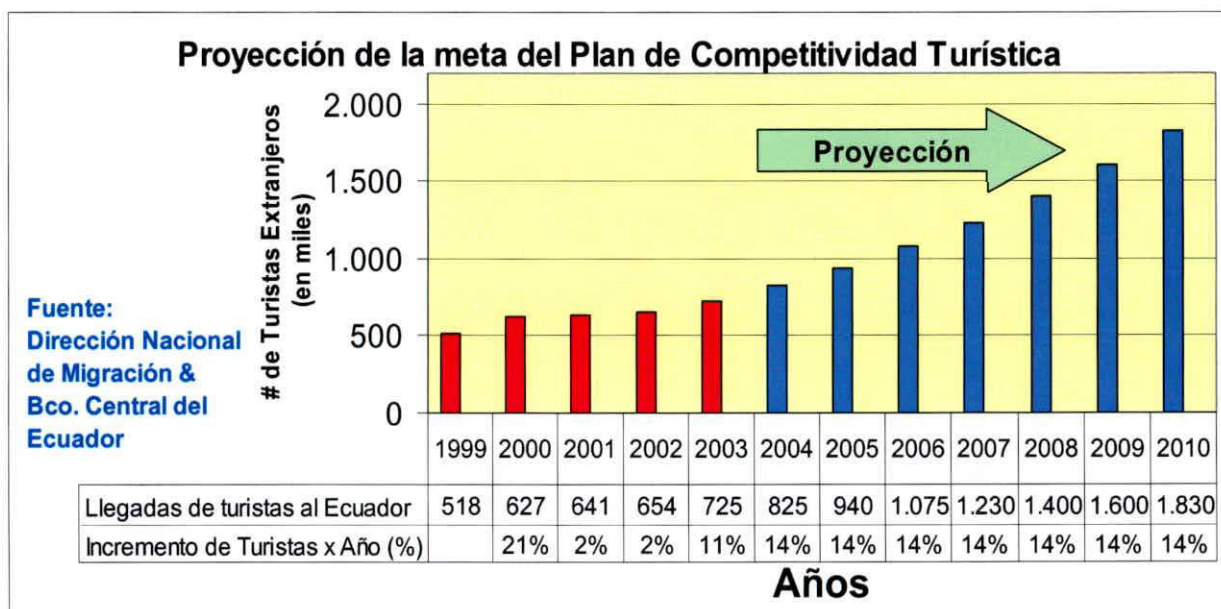
1. Análisis del sector Turístico de Guayaquil y el resto del país.

En la actualidad el turismo es un destacado generador de divisas para la economía ecuatoriana. La actividad ocupa el tercer lugar de importancia en las exportaciones de bienes y servicios, con una participación del 8% en el 2001 y 10% en los años 2002 y 2003.



El sector de las Operadoras de Turismo en el Ecuador se ha desarrollado en la ciudad de Guayaquil con la regeneración urbana, así como el desarrollo turístico que han experimentado algunas ciudades del país como Quito, Cuenca y el Parque Nacional Galápagos que es el primer Atractivo Turístico que ofrece nuestro país.

Las posibilidades de crecimiento del sector turístico, son muy alentadoras ya que su crecimiento ha ido en aumento año a año, y de acuerdo a informes técnicos de proyecciones a partir del 2004, con el evento del Mis Ecuador se proyecta un crecimiento anual previsto de un +14% año a año hasta el 2010. A continuación se detalla el siguiente gráfico:



Si se cumple estas proyecciones, es muy probable que en el año 2007, el turismo receptivo alcanzará el 10% de la población del Ecuador.

Productos: Las operadoras de servicios turísticos en el Ecuador manejan paquetes turísticos dirigidos a satisfacer las necesidades de los turistas, cuyas motivaciones pueden ser: Físicas y Síquicas, Sociales, cambios de actividades y de lugar geográfico, de Status y prestigio, de diversión y esparcimiento. Estos paquetes incluyen: Hospedaje, Transporte, Alimentación y Recreación.

Clientes: El Turismo en el Ecuador de Enero a Marzo del 2004 tuvo un ingreso de turistas de 118.234 personas.

Mercados: El proyecto se desarrollará en los siguientes mercados:

- Mercado Local (Guayaquil): nos enfocaremos a los colegios privados de clase media y alta, ofreciendo nuestros paquetes turísticos dentro y fuera de la ciudad.
- Mercado Nacional: ofertaremos los paquetes en las provincias de Guayas, Pichincha, Manabí, Azuay e Imbabura a los colegios privados de clase media y alta.
- Mercado Extranjero: De acuerdo a las encuestas realizadas este mercado presenta atractivos que proyectan un gran crecimiento turístico siempre y cuando se presenten alternativas de rutas turísticas tanto en la sierra, costa, oriente y Galápagos, de acuerdo a su tendencia este mercado presenta una preferencia hacia los recursos naturales del país y el turismo extranjero se inclina por el ecoturismo y el turismo de aventura. Nos enfocaremos hacia el turista extranjero, especialmente al de la tercera edad.

Empresas: El sector turístico del país gira alrededor de las empresas que conforman su actividad operacional interna y las actividades del servicio al turista (Comprendidas desde la recepción del turista, el hospedaje, alimentación, transporte, esparcimiento y retorno del turista).

En el Ecuador se tienen registradas a Diciembre del 2003 aproximadamente 800 agencias de viajes, y 300 Operadoras de Turismo.

Factores que estimulan al sector turístico.

- Apoyo a la regeneración urbana en las grandes ciudades
- Apoyo al sector turístico por parte de gobernantes y gobernados
- Aumento de la autoestima del ecuatoriano
- Ingreso de divisas
- Crecimiento y mejoras en el sector Hotelero.
- Desarrollo de la comunidad y cambio social
- Crecimiento de profesionales en las ramas de Turismo y Hotelería
- Proyección de Nuevos Aeropuertos Internacionales.
- Clima benigno en todas las regiones del país, (en especial en Guayaquil).
- Gran desarrollo artesanal en las provincias de la Sierra y del Oriente
- Lugares históricos y arqueológicos
- Tradiciones y leyendas únicas en muchas de las regiones costeras
- Promoción de nuestros atractivos a través del evento Miss Universo
- Estímulo de la actividad turística por medio de la nueva ley de Turismo



Factores que afectan al sector turístico

- La falta de seguridad social, la delincuencia afecta la imagen del Ecuador en la inseguridad del turista.
- La falta de Control de precios en los servicios de alimentación y hospedaje, crean un malestar en el turista.
- Falta de seguridad jurídica.
- Incipiente promoción turística internacional
- Incipiente trabajo dual entre el sector público y privado

Barreras de Ingreso

Las actuales barreras para el ingreso, lo constituyen las operadoras y agencias que ya tienen un desarrollo armonizado y contactos del negocio con la infraestructura existente.

Rivalidad Existente entre los Competidores

La rivalidad entre los competidores actuales está dada principalmente por una competencia de precios que se acentúa en los días festivos. Adicionalmente existen restricciones sociales-laborales dentro de las empresas de este sector tales como:

sueldos bajos no acordes con la preparación del personal, y el no pago de horas extras ocasionando una desmotivación y alta rotación del personal.

Poder de Negociación de clientes y de proveedores

En la Industria turística el poder de negociación lo tiene el cliente por el alto poder de elección de acuerdo a sus gustos, costos y disponibilidad para la aceptación de las rutas.

Referente al poder de negociación de los proveedores se observa que los mismos no presentan una mayor influencia ya que actualmente hay una gran variedad de infraestructura turística entre las cuales se encuentran:

- Organizaciones estructuradas en la ciudad de Guayaquil tales como el Parque Histórico, el Cerro Blanco, reserva zoológico el Pantanal, Malecón 2000, Malecón del Salado, Malecón 1900.
- Organizaciones en otras regiones del país tales como Parque Nacional Galápagos, Parque Nacional Machalilla; Parque Nacional de Valdivia; Parque Nacional el Cajas y otras alternativas como Ruta del Sol, Zona de los Lagos en Imbabura, Santa Ana de los 5 Ríos de Cuenca; Riobamba y refugio del Chimborazo; El gran paisaje de Huigra y su vida en el ferrocarril, el Observatorio de las aves en el Oriente.
- Infraestructuras Hoteleras, con hoteles de 3, 4 y 5 estrellas con precios competitivos y asequibles.
- La Transportación local y nacional está en un gran crecimiento, a tal punto que la cultura se ha ido transformando, a partir de las multinacionales AVIS renta Car y Budget renta car, las cuales han sido las pioneras en el Ecuador de colocar un servicio de unidades de 18 a 20 personas para realizar turismo, a ellas se suman, inversionistas nacionales que están invirtiendo para ofertar el mismo servicio, diferenciándose entre ellas con seguridad y puntualidad.
- Los Centros Comerciales, Centros Artesanales y Malls, se encuentran en gran medida desarrollados, para albergar al turista interno como al externo, ofreciéndoles, lugares de recreación (Juegos, música, centros de comida, áreas de descanso), vistas panorámicas y el mejor trato hospitalario que poseemos los guayaquileños y los ecuatorianos en general.



Existe una amenaza latente de crecimiento de la oferta de nuevos negocios, debido a que las barreras de ingreso son bajas.

2. Análisis del negocio

Las características del servicio de turismo de Quiltour, proponen una diferenciación en cada uno de nuestros productos basados en calidad e innovación a través de:

- Paquetes turísticos innovadores en rutas de destino turístico,
- Atención de recreación durante el tour,
- Eficiencia en la atención y contratos de clientes
- Costos asequibles para clientes
- Seguro de viajes
- Se entregará a nuestros clientes un recuerdo que consistirá en un portarretrato con la foto del grupo turístico, el logo y breve descripción de la empresa.

Descripción del Servicio

La empresa ofrecerá Servicios turísticos a los principales centros de atracción de Guayaquil (city tours) y paquetes turísticos hacia los diferentes puntos en el Ecuador. Todos nuestros tours se ofrecerán en vehículos cómodos y con guías turísticos nacionales.

Nuestros productos serán diferenciados en calidad, innovación y servicio al cliente, con precios competitivos, considerando que nuestro recorrido empieza desde que recogemos a los turistas en los hoteles hacia el sitio turístico, y su retorno. Especificaremos en el tríptico de cada tour: tiempo de duración, incluye ticket de entrada, refrigerio, clase de vestuario y accesorios recomendados, etc. De la misma manera se le darán las facilidades al cliente para que elija los lugares de interés de acuerdo al tiempo que disponga, este tipo de servicio se enfocará directamente hacia aquellos turistas que se trasladan por negocios y cuyo tiempo es limitado para la realización de actividades recreativas.

En nuestros paquetes turísticos el cliente encontrará:

- Esparcimiento, distracción.
- Encuentro con la historia y cultura ecuatoriana
- Encuentro con la naturaleza y la biodiversidad del Ecuador

Como hemos indicado anteriormente nuestra ventaja competitiva se basa en la calidad e innovación, a través de la creación de nuevas rutas turísticas que no son publicitadas por la competencia.

Fortalezas y debilidades del producto frente a los productos competidores.

Fortalezas

- La empresa brindará un servicio personalizado a los turistas con relación a los paquetes requeridos.
- Adquisición de medios de transporte con recursos propios para disponibilidad inmediata y mejoramiento de los costos operacionales.
- Personal calificado para desarrollar nuevas rutas.
- Personal capacitado en primeros auxilios y recreación.

Oportunidades

- Los eventos internacionales (deportivos, culturales, de belleza, entre otros), los cuales promocionan el turismo hacia nuestro país.
- El desarrollo urbanístico impulsado por las Municipalidades de algunas ciudades del país, a través del Internet, programas televisivos, reportajes en prensa escrita, entre otros.
- El impulso para la construcción y ampliación de los aeropuertos que facilite en un ambiente de comodidad y seguridad la entrada y salida de los turistas.
- Preparación de regulaciones locales y nacionales que indican las fechas establecidas para los feriados, permitiendo una planificación al sector turístico.

Debilidades

- Falta de experiencia en el negocio turístico por parte de los accionistas.
- Capital de operación limitado.

Amenazas

- El crecimiento de la competencia actual.
- Inestabilidad política y económica.
- Delincuencia e inseguridad social.

- Potenciales competidores con integración vertical hacia delante (hoteles).
- Guerra de precios existentes.

En lo que respecta a información de uso único de la Compañía tomaríamos un cuidado especial en lo que se refiere a alianzas estratégicas que se hayan establecido con las diferentes empresas que subcontratemos para brindar nuestro servicio (hoteles, servicio de transporte, alimentación, etc.).

Esta información es vital para la empresa ya que de esta forma evitaremos que nuestra posible competencia trate de obtener los mismos beneficios que nosotros hemos adquirido.

Los servicios que implementaremos en el proyecto como complemento y cuyo costo se transferirá al cliente que los requiera, serán:

- Asistencia médica (médico, enfermera, ambulancia, entre otros)
- Profesional responsable en el cuidado de niños.



BIBLIOTECA
ESPAE-ESPOL

Con respecto a las debilidades, estamos conciente que Quiltour es una nueva empresa en el mercado, por lo tanto se dará a conocer a través de :

- Visitas “cara a cara”, es decir que realizaremos visitas a los Colegios y Universidades dándoles a conocer los servicios que ofrecemos y los paquetes turísticos.
- Como operadora de turismo, crearemos paquetes turísticos y los ofreceremos a las diferentes agencias de viajes, con precio más convenientes y diferenciados de la competencia.
- Estaremos presentes en los diferentes Congresos de Turismo. Bolsa de Turismo y Congresos Internacionales, por medio de la colocación de un stand informativo.
- Realizaremos Fun Trips, en los cuales las agencias podrán constatar la calidad de nuestro servicio.
- El personal que labore en el área operativa tendrá que poseer una gran capacidad de negociación, para poder obtener los mejores beneficios y establecer alianzas con los diferentes hoteles y empresas de turismo en cada uno de los destinos.

Entre los principales factores para destacar nuestros productos se encuentran:

- Rutas diferentes a los de la competencia
- Puntualidad
- Seguridad
- Brindar apoyo de logística de compras

Quiltour S.A. efectuará convenios con entidades públicas y privadas tales como Municipios, Cámara de Turismo, Ministerio de Turismo, Policía Nacional, parques ecológicos, centros turísticos, actividad hotelera con la finalidad de que el turista que ingrese al Ecuador, perciba la tranquilidad, esparcimiento y su seguridad mediante la estadía en Guayaquil o en el Ecuador.

Clientes

Nuestros turistas potenciales variaran según los siguientes factores:

Económico y Social:

Clientes Nacionales

- Clase Alta: grupo de estudiantes.
- Clase Media: grupos de estudiantes y familiares

Clientes Extranjeros

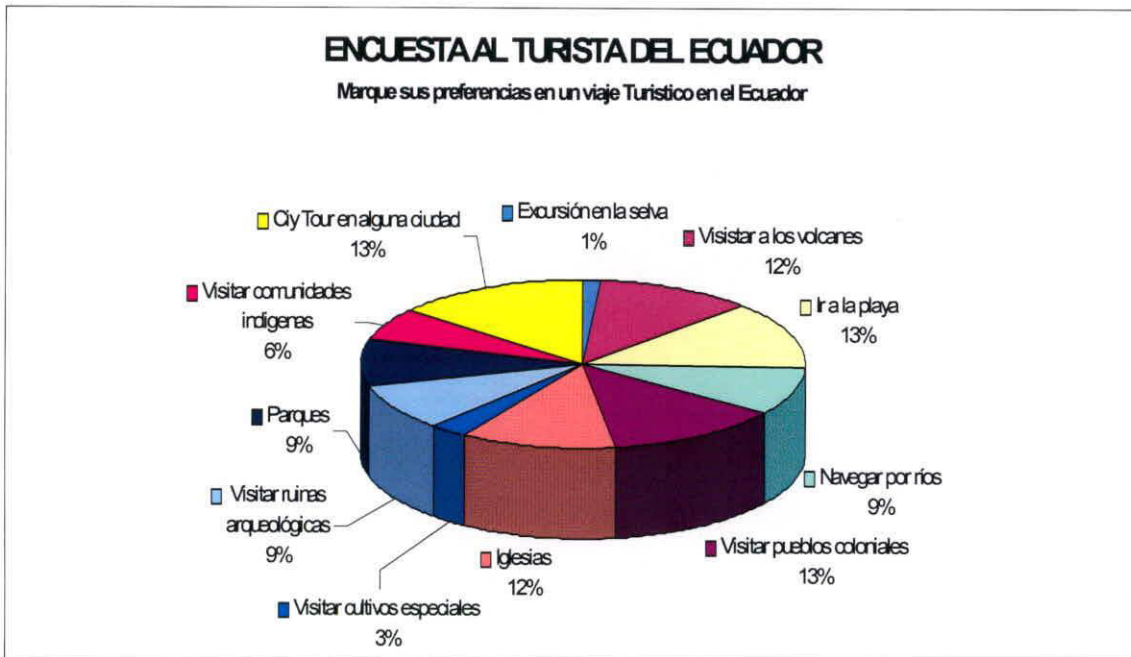
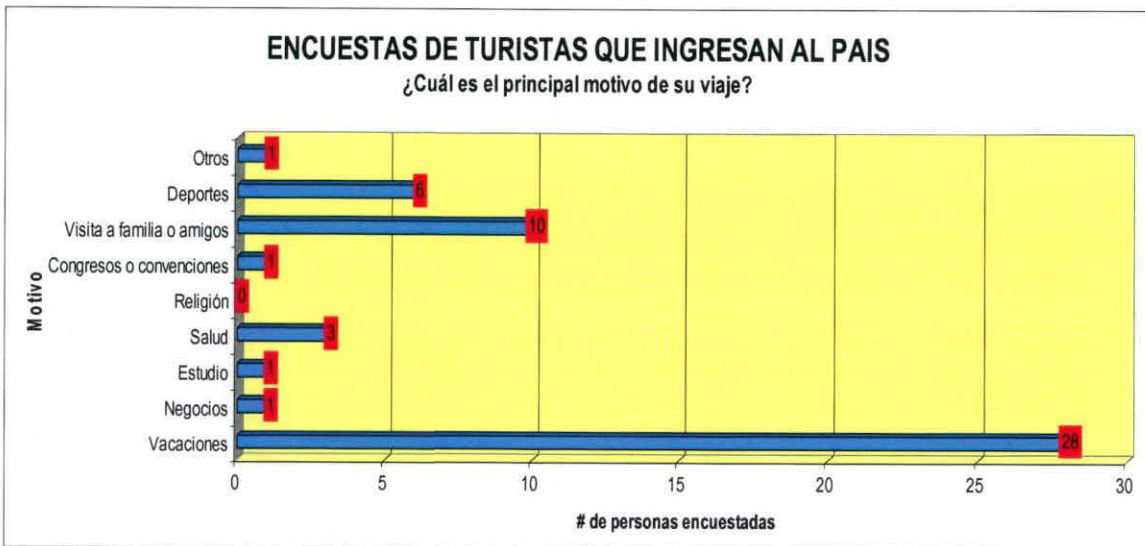
- Clase Alta: turista extranjero, especialmente de la tercera edad y grupos familiares.
- Clase Media alta: turista extranjero, especialmente de la tercera edad y grupos familiares.

Otros clientes son:

- Operadoras nacionales que requieren asociarse con agencias para ofertar sus paquetes.
- Operadoras internacionales que realizan contactos con agencias nacionales para que realicen la atención de turistas que vienen con paquetes turísticos pre-establecidos en convenios entre empresas.
- Hoteles que realizan contactos con las agencias y operadoras, para que atiendan a sus clientes.

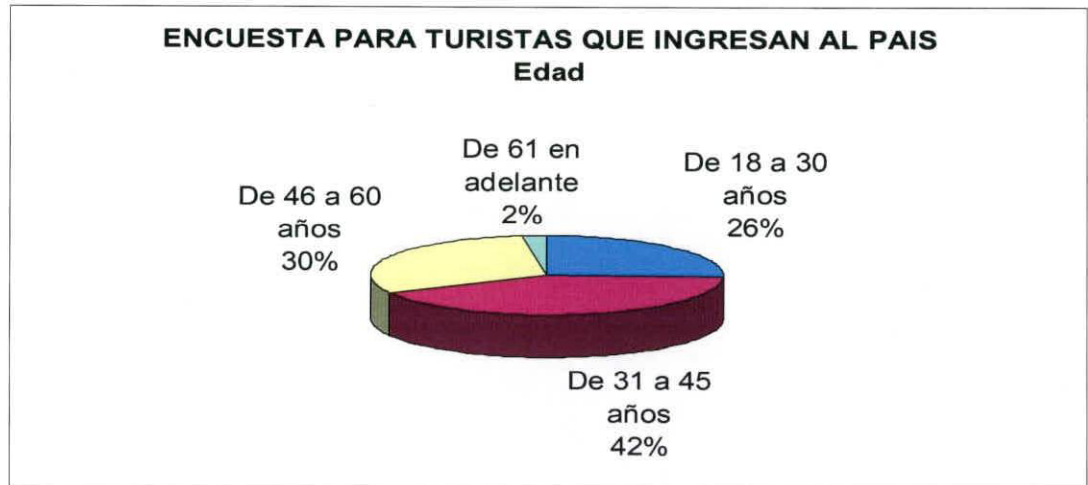
Los clientes de Quiltour S.A. elegirán nuestros paquetes turísticos por su calidad, precio y el valor agregado de nuestro servicio, el cual es: diversión, seguridad y confianza.

De acuerdo a la encuesta realizada se visualiza que el interés de turistas que ingresan al país esta dado principalmente por: “vacaciones”, seguido de “visitas de familiares o amigos” y “deportes”. Adicionalmente se analizo que los visitantes que mayormente visitan nuestro país están entre los 30 y 60 años lo cual representa un 72%.

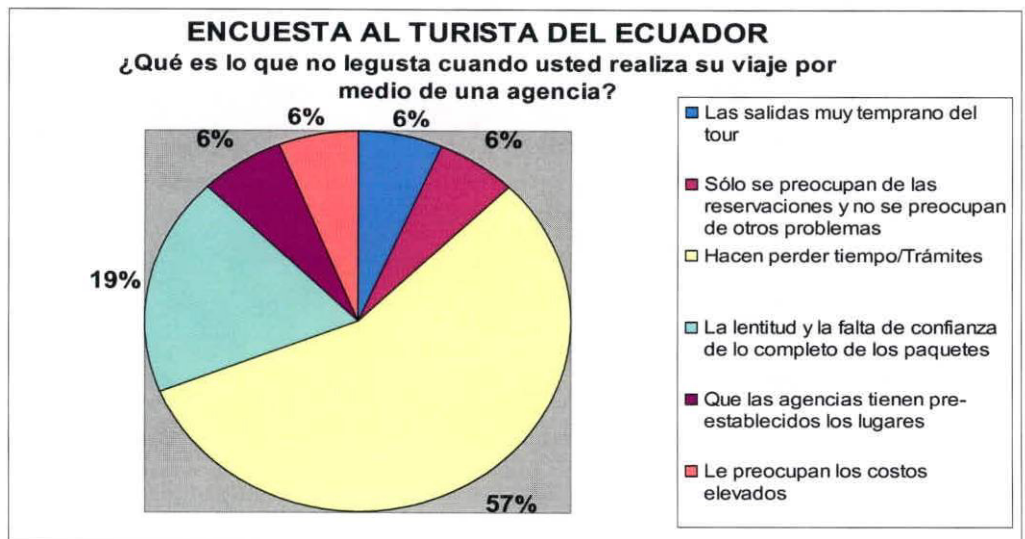


De la misma manera se analizó las preferencias que tienen estos turistas en nuestro país, teniendo como resultado un alto porcentaje tales como: “ir a la playa” (13%),

“visitar pueblos coloniales” (13%), “city tour en la ciudad” (13%), “visitar volcanes” (12%), “visitar iglesias” (12%) entre otros.



De acuerdo a la encuesta realizada se muestran en el gráfico las opiniones de los clientes acerca de la falta de interés en realizar viajes a través de Agencias y Operadoras de Turismo.



Para poder contrarrestar las falencias demostradas en la encuesta, Quiltour ofrecerá a sus clientes:

- Proporcionar una completa y clara información al turista sobre todos los servicios que incluye el paquete turístico
- Solicitar y/o tramitar los documentos necesarios para realizar el viaje.

3. Análisis de la Competencia

Los principales competidores son: Vipe-vac, Metropolitan Tours, Klein tours, las cuales tienen una participación del 80% del mercado total, y lo restante conformado por pequeñas operadoras.

Los competidores ofrecen productos pre-establecidos, pero Quiltour ofrecerá paquetes con nuevas rutas turísticas con precios asequibles, direccionados principalmente a la riqueza natural, pero con alternativas de visitas a lugares culturales y arquitectónicos.

Tamaño del Mercado Global

En el Ecuador en el año 2000 los ingresos por turismo ascendieron a \$402'000.000,00 (cuatrocientos dos millones de dólares), lo que constituye un tercer lugar dentro de los principales rubros de exportación, luego del petróleo y del banano.

De acuerdo a información del Ministerio de Turismo, se presentan datos relevantes que permiten determinar el potencial de la demanda del negocio que se está planteando.

A continuación se describe los más relevantes datos que están relacionados con el tamaño del mercado:

- En el año 2003 la Dirección nacional de Migración, registró 725.000 llegadas de extranjeros al Ecuador produciéndose un incremento del 11% de visitas comparativamente con el registro del año 2002, en el que ingresaron al País un total de 654.000 llegadas de extranjeros.
- El tamaño del mercado global para nuestro proyecto sería el total de personas extranjeras que ingresaron al país, más el mercado Nacional y un desglose de la situación de las Agencias y Operadoras Nacionales.

Es vital que las Cámaras de Turismo y el Ministerio del ramo, establezcan regulaciones que mejoren las leyes actuales y garanticen la seguridad del turista ya que ello impulsará el incremento turístico. Entre las regulaciones tenemos:

- El establecimiento del calendario turístico anual para lograr una planificación de las actividades internas del Ecuador con las actividades de operación turística
- Regulación de tasas de ingreso y egreso del país, las mismas que deben tener un sustento técnico y no político.
- Educación turística a las nuevas generaciones
- Seguridad de estado a los turistas nacionales e internacionales.

El Ecuador de acuerdo a estadísticas a nivel Sudamericano se ha situado como uno de los países mas visitados a nivel turístico y cada viajero tiene un promedio de gasto de \$706.00 (cifra que representa el total gastado durante el tiempo de permanencia del visitante en el País). Fuente Ministerio de Turismo año 2001. De acuerdo a la preparación del certamen de belleza de Miss Universo el Ministerio de Turismo está relanzando los atractivos turísticos a nivel Nacional como bloques turísticos, especificando que los lugares turísticos son región Litoral, Sierra, Oriente y Galápagos, haciendo que el país se lo conozca a todo nivel y no como anteriormente se lo conocía como Galápagos y ciertas partes de la Región Serrana que se identificaban como país. Por consiguiente, a partir de la presente, el Ecuador presentará toda su belleza y encantos turísticos, que hacen que el mismo tenga una ventaja comparativa envidiable. En estos momentos el Ecuador por medio del Ministerio de Turismo vende sus ventajas comparativas en el marco de la biodiversidad mostrando los hermosos paisajes mas variados, así como grandes extensiones de playas, la disposición de una infraestructura hotelera, la hospitalidad de su gente, y los servicios casi de atención personalizada que se proyectan las empresas de agencias turísticas y operadoras. Para objeto del análisis de mercado se precisan datos proporcionados por el Ministerio de Turismo, Cámara de Turismo y encuestas realizadas al año 2003.

Principales sitios turísticos visitados en el Ecuador

Galápagos.....	35%
Quito.....	20%
Ibarra.....	10%
Cuenca.....	10%
Guayaquil.....	8%
Otros.....	17%



Preferencias de turistas en un viaje en el Ecuador

Visitar las playas.....	13%
Visitar pueblos coloniales.....	13%
City tour en la ciudad.....	13%
Visitar volcanes.....	12%
Visitar iglesias.....	12%
Parques.....	9%

Visitar ruinas arqueológicas.....	9%
Navegar por ríos.....	9%
Visitar comunidades indígenas..	6%
Otros.....	4%

Promedio de edades de turistas que ingresan al país

De 61 en adelante.....	2%
De 46 a 60 años.....	30%
De 31 a 45 años.....	42%
De 30 a 18 años.....	26%

De acuerdo a las estadísticas proporcionadas por la Subsecretaría de Turismo, en nuestro país ingresan un promedio de 650.000 turistas extranjeros al año, Quiltour estima captar el 0,08% de ese mercado, lo que representa 520 turistas al año.

Proyección Turistas Extranjeros

650,000	Número de Turistas que ingresan al país
0.08%	Porcentaje captado
520	Captación de turistas al año por Quiltur
43	Captación de turistas al mes por Quiltur

De la misma manera, si consideramos la población económicamente activa del Ecuador equivalente a 4'800.000 personas, Quiltour pretende captar 0.08% que representa 3.840 turistas al año.

Proyección Turistas Nacionales

4,800,000	Población Económicamente Activa
0.08%	Porcentaje captado
3,840.00	Captación de turistas al año por Quiltur
320	Captación de turistas al mes por Quiltur

La proyección de venta de paquetes turísticos y city tours se ha determinado en base a la capacidad propia y/o alianzas con terceros en lo referente a la logística de transportación y hospedaje que Quiltour realizará en función de una buena calidad del servicio turístico proyectado.

4. Plan de Mercadeo

Estrategia de precio

Para establecer precios se realizaron estudios de mercado, por lo tanto se han considerado que los precios por cada paquete turístico y city tours son competitivos, bajo las características de bajo costo y un servicio de diferenciado en atención al cliente.

Dentro de la ciudad: tours que incluyen: traslado, refrigerio, y guía turístico.

- Conociendo Guayaquil en 4 horas.....US \$ 15
- Recuerdos Guayaquileños (Tour de compra).....15
- Guayaquil Vida Nocturna.....15
- Recorrido por el pasado y la religión.....18
- Guayaquil Natural: Bosque Cerro Blanco.....18

Fuera de la ciudad

- Tour Costa Farrera.....US \$ 90
- Tour Loja Ciudad Castellana.....220
- Tour Aventura y Naturaleza Oriental.....140
- Tour Imbabura y Carchi: provincias de Encanto.....185
- Tour Ruta de los Volcanes.....165

Las principales políticas de precio que se manejarán en el primer año van de acuerdo a los promedios de la industria que se anotaron en el cuadro anterior. A partir del segundo año, se modificará de acuerdo a dos factores de la economía nacional: la inflación y el comportamiento de la demanda (impacto del Miss Universo y de acuerdo al Plan de Competitividad turística).

La meta del Plan de Competitividad turística es lograr Un millón ochocientos treinta mil llegadas de turistas en el año 2010, que implicarían un crecimiento anual de +14%. Si se cumplen estas proyecciones en el 2007 el turismo receptivo alcanzaría el 10% de la población ecuatoriana (1'200.000 de visitas). Fuente: Ministerio de Turismo.

Estrategia de venta

Los planes estratégicos de venta que permitirán el crecimiento en la oferta turística de Quiltour serán los siguientes:

Plan turístico Nacional:

- Ventas directas a colegios privados de clase media y alta.
- Ventas a través de anuncios publicitarios y promocionales, publicidad en estados de cuenta de las tarjetas de crédito, entre otros.

Plan turístico Internacional:

- Ventas a través de canales de distribución tales como: hoteles, página web de la empresa, anuncios publicitarios y promocionales, publicidad en estados de cuenta de las tarjetas de crédito, entre otros.
- Efectuar alianzas con dos o tres operadoras y agencias turísticas del exterior con la finalidad de captar clientes.
- Asistir a congresos internacionales, con la finalidad de introducir nuestros paquetes turísticos, y poder posesionarnos paulatinamente en el mercado internacional.

Estrategia promocional

Las estrategias a aplicarse en nuestro proyecto serán:

En el Plan Turístico Nacional:

- Ofreceremos un sistema de Gratuidades que se establecerá por el volumen de pasajeros, ejemplo: por cada 20 pasajeros uno viaja gratis.
- Trataremos de darnos a conocer ofertando nuestro producto a consumidores muy determinados como los son los colegios y universidades que realizan salidas de campo, los cuales nos proporcionarán un proceso multiplicador, ya que un cliente satisfecho nos proveerá de 10 clientes nuevos.

En el Plan Turístico Internacional:

- Ofreceremos un sistema de Gratuidades que se establecerá por el volumen de pasajeros, ejemplo: por cada 20 pasajeros uno viaja gratis.

- Obtener una base de datos de clientes potenciales por medio de su suscripción gratuita en nuestra página web, motivados por el sorteo de un paquete turístico en el Ecuador que Quiltour ofrecerá a sus clientes del website.

Estrategia de distribución

Inicialmente para entrar en el mercado se aplicará:

- Se realizarán Fun Trip, que son viajes de promoción en los cuales un representante de cada agencia (nuestros distribuidores) viajará con todos los gastos pagados a un lugar de destino determinado en el Ecuador que queremos promocionar, ya que no hay mejor vendedor que el que conoce el producto, por consiguiente este monto esta presupuestado dentro del rubro gastos promocionales, ferias y congresos.

Políticas de servicios

Quiltour S.A. se compromete a establecer una política que satisfaga las necesidades de nuestros clientes, los mismos que están basados en:

- Eficiencia en el servicio de atención a cada cliente.
- Puntualidad y cumplimiento en la programación de los paquetes turísticos.
- Mantener un ambiente seguro que garantice el bienestar de los clientes.

Tácticas de ventas

Para fomentar las ventas de personal implementaremos las siguientes tácticas:

- Se estipularan conferencias sobre temas que permitan el desarrollo de nuestros empleados en el área de ventas como sería: las tácticas de ventas, servicio al cliente, etc.
- Se buscará que el personal se integre a la empresa a través de la realización de reuniones en las cuales se buscarán opiniones y nuevas ideas que nazcan de cada uno de nuestros empleados, aplicando la técnica del brainstorming.
- Se hará uso del Internet a través del cual se realizaran ventas a los diferentes clientes que visiten nuestra página, ya que se le dará la opción de programen su propio itinerario según sus necesidades y preferencias tanto económicas como recreativas.
- Se buscará dar siempre un valor agregado a nuestros clientes a través de un servicio personalizado.

IV. ANALISIS TECNICO

Quiltour S.A. contará con una oficina de atención y se estima una proyección de crecimiento a futuro de 2 a 5 años para la instalación de 4 Islas o sitios de representación, en lugares estratégicos del país.

- La oficina, estará ubicada en la zona centro de Guayaquil, frente Malecón 2000. El local deberá contar con un área mínima de 100 mts², y cuyo alquiler mensual se encuentre en niveles de \$700 según el presupuesto establecido. Este local contará con todos los servicios básicos.

Análisis del producto

Se han definido los siguientes servicios básicos, los cuales pueden ser aplicados de acuerdo a la necesidad del cliente:

Tour dentro de la ciudad de Guayaquil

- Conociendo Guayaquil en 4 horas
- Recuerdos Guayaquileños (Tour de Compras)
- Guayaquil Vida Nocturna
- Recorrido por el pasado y la Religión
- Guayaquil Natural

Tour fuera de la ciudad de Guayaquil

- Tour Costa Farrera
- Tour Loja Ciudad Castellana
- Tour Aventura y Naturaleza Oriental
- Tour Imbabura y Carhi: provincias de encanto
- Tour Ruta de los Volcanes

Facilidades

Para la obtención de un servicio de turismo en Quiltour S.A. los representantes de venta del servicio de turismo deberán realizar las actividades que se establecen en el Plan de Calidad, que se aprecia en el Anexo # 1.

Los productos que desarrollará Quiltour S.A., cuentan con la aprobación de las leyes y regulaciones locales y nacionales.

El desarrollo de los paquetes promocionales y los ofertados en forma regular, han sido diseñados, de acuerdo a la percepción de clientes consultados en la ciudad de Guayaquil y la retroalimentación de visitantes nacionales y extranjeros que visitan día a día nuestra ciudad y las regiones del país.

Equipos de oficina

Para que Quiltour S.A. entre en funcionamiento y asegure su crecimiento, se requerirá tener los siguientes equipos e infraestructura turística.

a) Equipos para oficinas de servicio al cliente

- Un servidor para comunicación en red.
- 1 Computador personal tipo laptop de 28 GB, de memoria para conexión en red compatibles con servidor central
- 2 Computadores PC de escritorio de 333 Mhz, 64 Mb de memoria RAM, disco duro de 28 GB para almacenamiento de datos que contiene la información de clientes y proveedores, incluidos programas de edición de textos y hojas electrónicas.
- Un Infocus para proyectar nuestras presentaciones de negocios.
- Una impresora láser
- Equipos auxiliares como estabilizador de voltaje y UPS para 2 horas de duración de trabajo.
- Una fotocopidora para uso de oficinas con velocidad de impresión de copiado rápido.
- Software, para facturación, y cobranza integrado
- Mobiliario para oficinas de recepción de cliente tipo confort
- Mobiliario operativo tipo módulos desarmables y acondicionados dentro de las normas de seguridad.

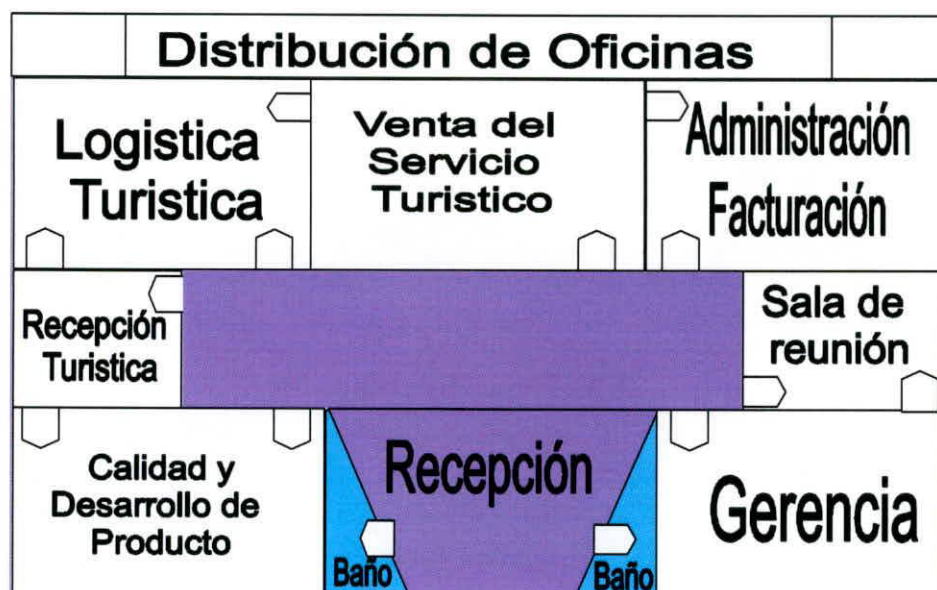
b) Equipos para la logística turística

Para la logística turística, de atención de clientes se ha previsto, mantener los siguientes:

- Iniciar la adquisición de una furgoneta mediante el financiamiento Bancario, el cual deberá tener una capacidad para 17 y/o 20 pasajeros, con la finalidad de cubrir la demanda interna de la ciudad.
 - Contratar los servicios temporales y seguros de 2 furgonetas más, bajo la modalidad de tipo renta alquiler inmediato (Aseguradas bajo contrato con incentivo por viaje y por demanda de ocasión cuando el caso amerite).
 - Contratación de un seguro por cada viaje de turistas dentro y fuera de la ciudad.
- c) Se realizarán Convenios con la Infraestructura Hotelera turística tanto local como nacional
- Contratos con restaurantes de comidas típicas que brinden seguridad alimentaria y física para los turistas.
 - Convenios con lugares turísticos de distracción, tales como Malecón 2000, Malecón del Salado, Parque Histórico, Guayaquil antiguo, Museos, de la ciudad, Casa de la Cultura,
 - Para el caso de viajes nacionales, se hará convenios y/o contratos si el caso amerita con líneas aéreas nacionales comerciales, Hoteles de provincias y/o ciudades que brinden seguridad alimentaria y física al turista interno y al externo
 - Se contratará la presencia de guías turistas con perfiles de conocimiento de la ciudad, conocimiento de idiomas inglés y español.
 - Chóferes con conocimiento de los lugares de visita y con una cultura que brinde confianza, hospitalidad y espíritu de servicio.

Distribución de la Oficina

El local contará con 100 mts², distribuidos en: Logística turística, Venta del servicio turístico, Administración, Facturación, Sala de reuniones, Calidad y desarrollo de producto, Gerencia, Recepción General y Recepción Turística.



Plan de Campo

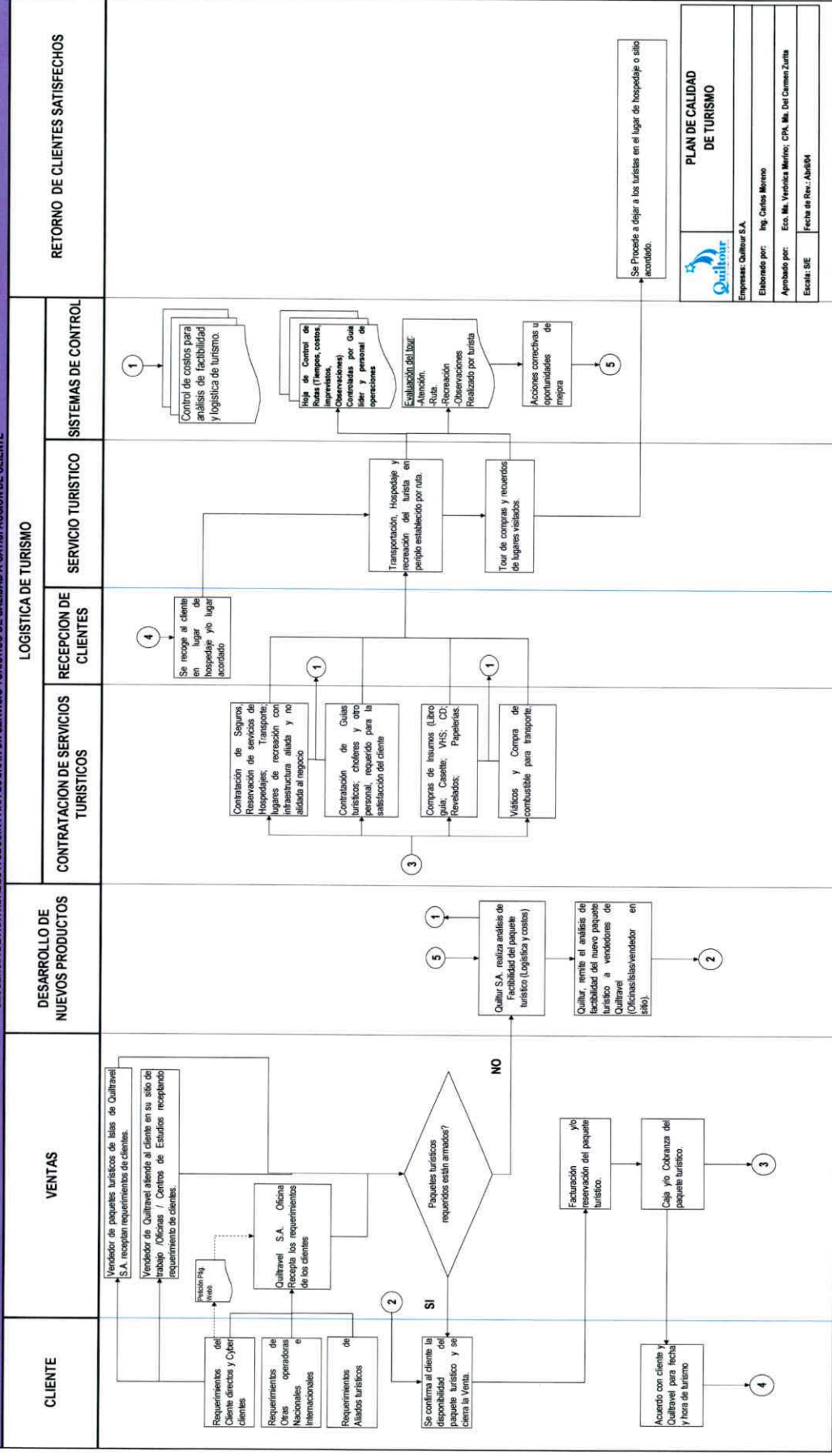
➤ Control de Calidad del servicio

El éxito de este negocio está basado en el servicio que se preste al cliente (turista interno y/o externo), por consiguiente nuestra misión está en mantener una constante retroalimentación de las necesidades del mercado turístico local y nacional, por este motivo la visión de crecimiento se basa en desarrollar nuevos paquetes turísticos.

Con cara al cliente nuestra misión no será vender el paquete turístico, sino grabar nuestro servicio en las mentes de cada ciudadano.

A continuación se puede apreciar el Plan de Calidad de Quiltour S.A:

PLAN DE CALIDAD DE TURISMO DE LA COMPAÑÍA QUILTOUR S.A.



V. ANALISIS ADMINISTRATIVO

Grupo empresarial

Se establecerá una sociedad anónima con las siguientes características:

Nombre de la operadora: Quiltour S.A.

Accionistas iniciales: 4

Socios:

Ing. Carlos Alberto Moreno

Econ. María Verónica Merino

CPA. María del Carmen Zurita

Egresada de Turismo Jéssica Nicolaide

Capital:

El Capital ascenderá a US\$ 2.000,00 y será proporcionado por los accionistas en partes iguales equivalentes al 25% cada uno.

Trayectoria del grupo empresarial:

Los integrantes del grupo empresarial son:

Carlos Alberto Moreno, Ingeniero Industrial de la Universidad Estatal de Guayaquil, graduado en Noviembre de 1987, ha trabajado en el sector privado industrial en las áreas de Producción y Calidad. Actualmente culminando una Maestría en Administración de Empresas.

María Verónica Merino, Economista de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, graduada en Octubre de 1998, ha trabajado en el sector bancario y privado de la ciudad de Guayaquil, Actualmente se encuentra en la fase final de la Maestría Ejecutiva de Administración de Empresa.

María del Carmen Zurita, Contadora Pública Autorizada, graduada en la Universidad Laica Vicente Rocafuerte, graduada en Octubre de 1998. Ha trabajado en la empresa privada así como en institución educativa de nivel superior. Actualmente cursa la Maestría en Administración de Empresas.

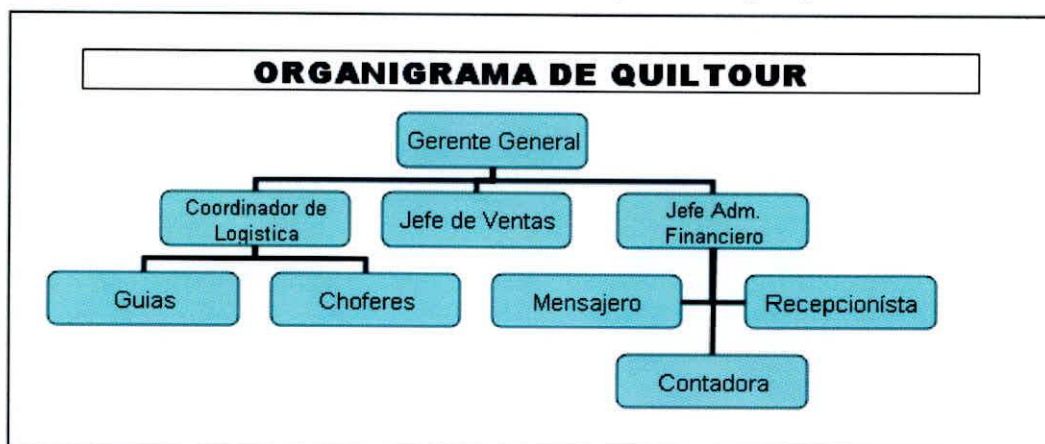
Jessica Nicolaide, egresada de Licenciatura en Turismo, en la Escuela Superior Politécnica del Litoral en 2003. Ha trabajado en la empresa privada y bajo servicios profesionales independiente.

La participación que tendrá el grupo emprendedor será la de integrar el directorio, dictando las políticas y liderando la administración de las operaciones económicas y

logísticas en todas las reformas que pudieran darse para el mejoramiento de las mismas.

Organización del personal

La organización administrativa se aprecia en el siguiente organigrama:



Las responsabilidades por cada puesto se indican a continuación:

Gerente General

Será nombrado por el Directorio de la empresa. Sus funciones serán:

- Representante legal de la compañía en todas sus obligaciones comerciales que realice.
- Planificar, organizar, coordinar, y dirigir todas las actividades referentes a los planes turísticos.
- Deberá de asistir, en representación de la empresa a Congresos, Ferias y Eventos a nivel nacional e internacional, con el objetivo de realizar nexos comerciales con diversas entidades del medio.

Perfil: Experto en área de turismo y finanzas. Dominio total idioma inglés y preferente otro idioma. Buenas relaciones interpersonales y contar con nexos comerciales referidos a la actividad turística.

Jefe Administrativo – Financiero

Se reporta al Gerente General de la empresa. Sus funciones serán:

- Responsable del manejo eficiente de los recursos de la empresa.
- Elaborar el presupuesto anual, y plan de negocios.
- Elaborar las políticas de administración del personal.



- En ausencia del Gerente General, asumirá sus funciones.
- Coordinar con el Jefe de Ventas, los costos de los paquetes turísticos.

Perfil: Profesional en área de finanzas, administración o economía. Dominio total idioma inglés y preferente otro idioma. Buenas relaciones interpersonales y contar con nexos comerciales referidos a la actividad turística.

Jefe de Ventas

Se reporta al Gerente General de la empresa. Sus funciones serán:

- Elaborar el Plan de Ventas Turísticos
- Establecimiento y análisis de precios de los paquetes turísticos
- Coordinar con el Jefe Adm-Fin, los costos de los paquetes turísticos.
- Efectuará convenios con los principales hoteles, clientes, organizaciones e instituciones interesados en la actividad turística.
- Desarrollar e implementar estrategias de ventas y publicidad que estimulen el segmento de mercado turístico.

Perfil: Profesional en área de finanzas, administración o marketing. Dominio total idioma inglés y preferente otro idioma. Buenas relaciones interpersonales y contar con nexos comerciales referidos a la actividad turística.

Coordinador de logística y Calidad

Se reporta al Gerente general. Sus funciones serán:

- Será el responsable de coordinar y elaborar todo el flujo de proceso de nuestros servicios.
- Mantendrá contactos con principales hoteles de la ciudad.
- Coordinará la comunicación de los vehículos a través de una central de radio.
- Responsable de la coordinación y solucionar imprevistos de cada tour.
- Responsable de gestionar el mantenimiento de los vehículos.
- Crear futuros paquetes turísticos y rediseñar los actuales.
- Medir la satisfacción del cliente, a través de los Informes realizados por los guías.
- Crear y mantener la Base de Clientes turísticos nacionales e internacionales.

Perfil: Hombre. Sólidos conocimientos de administración. Buenas relaciones interpersonales.

Contadora – Asistente financiera

Se reporta al Jefe Administrativo – Financiero. Será el responsable de:

- La elaboración y análisis a los Estados Financieros
- Conciliación de cuentas bancarias.
- Transferencias, pagos a terceros.
- Control y nómina del personal.

Perfil: Contador público autorizado CPA. Buenas relaciones interpersonales. Con un mínimo tres años de experiencia.

Guía Líder

Se reporta al Coordinador de Logística y Calidad. Sus funciones serán:

- Responsable de realizar el recorrido turístico, brindado toda la información y asesoría.
- Será el encargado de orientar y atender las inquietudes de los turistas.
- Coordinará a través de la radio el desarrollo normal del tour.
- Contactos con estudiantes de turismo y hotelería.

Perfil: Guía turístico que posea licencia debidamente autorizada por el Ministerio de Turismo. Dominio total del idioma inglés y preferente otro idioma. Previo a iniciar su trabajo se lo educará de manera que estén facultados para solventar los problemas que se presenten en su trabajo diario.

Guía Part-Time

Se reportan al Coordinador de Logística y Calidad. Sus funciones serán:

- Responsable de realizar el recorrido turístico, brindado toda la información y asesoría.
- Será el encargado de orientar y atender las inquietudes de los turistas.
- Coordinará a través de la radio el desarrollo normal del tour.

Perfil: Guía turístico que posea licencia debidamente autorizada por el Ministerio de Turismo. Dominio total del idioma inglés y preferente otro idioma.

Asistente – Recepcionista

Se reporta al Jefe Administrativo-Financiero. Sus funciones serán:

- Atención al cliente
- Información sobre servicios adicionales.
- Documentar la gestión de ventas de paquetes turísticos.
- Envío y seguimiento de información y brochures a nuestros clientes.
- Recepción de llamadas

Perfil: Estudiante de turismo. Dominio total del idioma inglés y preferente otro idioma.

Mensajero

Se reporta a la Asistente – Recepcionista. Será el encargado de:

- Llevar documentación, depósitos, y/o otras transacciones referentes al negocio.
- Llevar información turística a los distintos clientes dentro de la ciudad.
- Realizar trámites y actualizaciones de permisos.

Perfil: Hombre. Muy buenas relaciones interpersonales.

Chóferes Part-Time

Se reportarán al Coordinador de Logística y Calidad. Sus funciones serán:

- Conducir los vehículos donde se transportarán nuestros turistas.
- Responsable de informar sobre el mantenimiento de los vehículos.
- Responsable de la seguridad personal de los turistas durante las rutas.

Perfil: chofer profesional. Con buenas relaciones interpersonales.

Todos los empleados serán remunerados de acuerdo al código de trabajo, y su remuneración estará de acuerdo a las funciones que desempeñarán en la empresa.

El personal administrativo se lo contratará en relación de dependencia; y el personal part time tendrá un contrato por servicios prestados u honorarios profesionales.

La capacitación estará direccionada al ecoturismo, a la seguridad turística, calidad de servicio, motivación al recurso humano, todo esto para obtener un mejoramiento continuo. A continuación se detallan los rubros de gastos administrativos de salarios:

Desglose de Gastos Administrativos

Expresado en dólares

GASTO MENSUAL POR EMPLEADO	NUMERO DE EMPLEAD	GASTO MENSUAL POR CATEGORIA	GASTO TRIMESTRAL POR CATERGORIA
1.106	1	1.106	3.317
802	1	802	2.406
802	1	802	2.406
619	1	619	1.858
498	1	498	1.494
376	1	376	1.129
255	1	255	764
255	1	255	764
206	1	206	618
230	1	230	691
Totales	10	\$5.148,86	\$15.446,58

VI. ANALISIS LEGAL, ETICO Y SOCIAL

Aspectos Legales.

Quiltour S.A., se constituirá según el régimen de sociedad anónima, y su objetivo será dedicarse a realizar negocios tales como: operadora de turismo nacional o internacional, dedicarse al turismo receptivo, turismo ecológico, así como también podrá dedicarse a todas las actividades previstas en la Ley de Turismo y su Reglamento.

De acuerdo a la Subsecretaria de Turismo, los requisitos necesarios para registrar una Operadora de Turismo son:

1. Fotocopia Certificada de las Escrituras de constitución, aumento de capital o reforma de Estatutos si los hubiere.
2. Nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en la Oficina de Registro Mercantil.
3. Fotocopia de la cédula de identidad o ciudadanía del Representante Legal.
4. Fotocopia del Registro Único de Contribuyente (RUC).
5. Certificado de afiliación a la Cámara Provincial de Turismo del Guayas.
6. Fotocopia del Contrato de compra-venta del negocio, tratándose de cambio de propietario, con la autorización de la razón social.
7. Fotocopia del Título de Propiedad o Contrato de Arrendamiento (Registrado) del local donde funcionará.
8. Certificado de Propiedad Industrial (IEPI), de no encontrarse registrado el de la Razón Social.
9. Detalle del Activo Fijo de la empresa.
10. Lista de los empleados con su respectivo currículum.
11. Las dimensiones del local deberán ser mínimo de 30 m².
12. El Representante Legal o Gerente debe presentar certificados de trabajo notariados que garanticen su experiencia de 6 años mínimo, y/o título universitario de Hotelería y Turismo notariados.



Dentro de los requisitos legales para efectuar operaciones de Operadora Turística se exige un mínimo de \$8.000,00 en Activos Fijos.

La sociedad estará compuesta por cuatro socios: Ing. Carlos Moreno, Econ. Ma. Verónica Merino, Tecn. Jessica Nicolaide y la CPA. Ma. Del Carmen Zurita.

Los socios tendrán una participación igualitaria equivalente al 25% respectivamente, y el Ing. Carlos Moreno representará a la empresa como Gerente General.

Aspectos éticos y morales

El negocio se enmarca en los valores fundamentales de:

- **Honestidad:** reflejado en el trabajo diario de los empleados y Directivos, y una actitud de colaboración con nuestros clientes.
- **Responsabilidad:** seriedad en el cumplimiento de contratos y logística de cada tour.
- **Confianza:** crear una sinergia con los clientes ampliando las coberturas de comunicación.
- **Profesionalismo:** basados en el conocimiento y la experiencia de nuestro equipo de trabajo, brindaremos satisfacción y recreación a nuestros clientes en el desarrollo de cada tour.
- **Justicia:** el tener un espíritu de confianza con nuestros clientes, Quiltour se ha comprometido con cada paquete turístico entregar un producto con una calidad y precio razonable.

Análisis de valores

Los socios que conforman la empresa, basarán el desarrollo de Quiltour S.A. en valores compartidos por todos, como: respeto y adaptación a diversas culturas, valoración a la historia, y cuidado del medio ambiente, lo que harán de esta empresa un nuevo modelo de desarrollo.

Aspectos sociales

La implementación del presente proyecto contribuirá a la apertura de plazas de trabajo para profesionales en las áreas turísticas, administrativas, así como chóferes o conductores profesionales, los mismos que con sus ingresos contribuirán al desarrollo nacional del país.

Aspectos ambientales

El desarrollo de nuestro proyecto, está ligado a mantener un balance entre el disfrute del turista, y los requerimientos de la conservación ambiental, por lo tanto, el mismo sostiene paquetes turísticos que relacionan el ecoturismo.

VII. ANALISIS ECONOMICO

La inversión total del proyecto ascenderá a USD \$ 59.000,00 de los cuales el 59% se realizara a través de Aporte de Accionistas, y lo restante con Préstamo bancario, tal como tal como se aprecia en el siguiente cuadro:

INVERSION Y FINANCIAMIENTO

Inversion	Valor en USD	%	Financiamiento	Valor en USD	%
Activos Fijos	41.470	70%	Prestamo Bancario	24.000	41%
Capital de Trabajo	17.530	30%	Aporte de Accionistas	35.000	59%
Total	\$59.000	100%	Total	\$59.000	100%

Inversión en Activos Fijos

La inversión total en Activos fijos ascenderá a USD \$ 41.470,00 y se desglosa en los siguientes rubros:

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	VALOR USD
<u>Equipos de computación</u>	
Computador Servidor	2.500
computador personal tipo laptop	1.500
2 computadoras PC de escritorio	1.200
1 infocus	1.200
1 impresora laser	200
Equipos auxiliares - estabilizador de voltaje	100
<u>Equipo de oficina</u>	
1 Fotocopiadora	500
1 fax	120
1 central telefonica con 4 lineas y teléfonos	1.200
Central de aire	3.000
<u>Muebles y Enseres</u>	
Mobiliario para oficina (escritorios, sillas, counter)	4.000
1 nevera pequeña	450
<u>Vehiculos</u>	
1 furgoneta	24.000
<u>Otros Gastos</u>	
Letrero para local	1.500
TOTAL EN USD	41.470

En el Anexo 1, se puede apreciar el detalle de depreciación anual por cada rubro.

Inversión en Capital de trabajo

Se ha determinado un monto para capital de trabajo por USD \$ 17.530,00 destinados para cubrir los gastos operativos de la empresa en los dos primeros meses de funcionamiento.

Presupuestos de Ingresos

Quiltour ofrecerá una diversidad de paquetes turísticos dentro y fuera de la ciudad de Guayaquil. A continuación se detalla la cantidad estimada de turistas durante los cinco años de proyección.

INGRESOS TOTALES

NUMERO DE TURISTAS

TOURS	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Conociendo Guayaquil en 4 horas	180	180	240	180	780	858	944	1.038	1.142
Recuerdos Guayaquileños (Tour de compra)	30	30	30	30	120	132	145	160	176
Guayaquil Vida Nocturna	36	36	36	36	144	158	174	192	211
Recorrido por el pasado y la religion	60	60	60	60	240	264	290	319	351
Guayaquil Natural: Bosque Cerro Blanco	60	60	60	60	240	264	290	319	351
Tour Costa Farrera	180	180	60	60	480	528	581	639	703
Tour Loja Ciudad Castellana	180	180	80	60	500	550	605	666	732
Tour Aventura y Naturaleza Oriental	180	180	100	60	520	572	629	692	761
Tour Imbabura y Carchi: provincias de Encanto	180	180	80	60	500	550	605	666	732
Tour Ruta de los Volcanes	180	180	80	60	500	550	605	666	732
TOTAL TURISTAS	1.266	1.266	826	666	4.024	4.426	4.869	5.356	5.892

Para efectos del flujo, la demanda de turistas proyectado de cada tour, se ha incrementado anualmente en un 10%, porcentaje inferior a las estimaciones realizadas por el Ministerio de Turismo del Ecuador que consideran un incremento de turistas en nuestro país del +14% año a año hasta el 2010.

PRECIO POR TOUR (Expresado en Dólares)

TOURS	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Conociendo Guayaquil en 4 horas	15	15	15	15	15	17	18	20	22
Recuerdos Guayaquileños (Tour de compra)	15	15	15	15	15	17	18	20	22
Guayaquil Vida Nocturna	15	15	15	15	15	17	18	20	22
Recorrido por el pasado y la religion	18	18	18	18	18	20	22	24	26
Guayaquil Natural: Bosque Cerro Blanco	18	18	18	18	18	20	22	24	26
Tour Costa Farrera	90	90	90	90	90	99	109	120	132
Tour Loja Ciudad Castellana	220	220	220	220	220	242	266	293	322
Tour Aventura y Naturaleza Oriental	140	140	140	140	140	154	169	186	205
Tour Imbabura y Carchi: provincias de Encanto	185	185	185	185	185	204	224	246	271
Tour Ruta de los Volcanes	165	165	165	165	165	182	200	220	242

En las proyecciones del flujo, los precios estimados de cada tour, se han incrementado anualmente a un porcentaje de inflación estimada del 10%

INGRESOS TOTALES
(CANTIDAD * PRECIO)
(Expresado en Dólares)

TOURS	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Conociendo Guayaquil en 4 horas	2.700	2.700	3.600	2.700	11.700	14.157	17.130	20.727	25.080
Recuerdos Guayaquileños (Tour de compra)	450	450	450	450	1.800	2.178	2.635	3.189	3.858
Guayaquil Vida Nocturna	540	540	540	540	2.160	2.614	3.162	3.827	4.630
Recorrido por el pasado y la religion	1.080	1.080	1.080	1.080	4.320	5.227	6.325	7.653	9.260
Guayaquil Natural: Bosque Cerro Blanco	1.080	1.080	1.080	1.080	4.320	5.227	6.325	7.653	9.260
Tour Costa Farrera	16.200	16.200	5.400	5.400	43.200	52.272	63.249	76.531	92.603
Tour Loja Ciudad Castellana	39.600	39.600	17.600	13.200	110.000	133.100	161.051	194.872	235.795
Tour Aventura y Naturaleza Oriental	25.200	25.200	14.000	8.400	72.800	88.088	106.586	128.970	156.053
Tour Imbabura y Carchi: provincias de Encanto	33.300	33.300	14.800	11.100	92.500	111.925	135.429	163.869	198.282
Tour Ruta de los Volcanes	29.700	29.700	13.200	9.900	82.500	99.825	120.788	146.154	176.846
Total Ingresos Operacionales	149.850	149.850	71.750	53.850	425.300	514.613	622.682	753.445	911.668

Presupuestos de Gastos Variables

En este presupuesto se han considerado todos los gastos que se efectúan en los tours y paquetes turísticos, tales como: costo por alquiler de transporte, gasolina, pagos de guías eventuales, pago de hostales, entre otros.

Para efectos del flujo, se ha estimado un costo del 76% sobre los Ingresos proyectados de cada tour.

COSTOS VARIABLES TOTALES
(Expresado en Dolares)

TOURS	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Conociendo Guayaquil en 4 horas	2.052	2.052	2.736	2.052	8.892	10.759	13.019	15.753	19.061
Recuerdos Guayaquileños (Tour de compra)	342	342	342	342	1.368	1.655	2.003	2.423	2.932
Guayaquil Vida Nocturna	410	410	410	410	1.642	1.986	2.403	2.908	3.519
Recorrido por el pasado y la religion	821	821	821	821	3.283	3.973	4.807	5.816	7.038
Guayaquil Natural: Bosque Cerro Blanco	821	821	821	821	3.283	3.973	4.807	5.816	7.038
Tour Costa Farrera	12.312	12.312	4.104	4.104	32.832	39.727	48.069	58.164	70.378
Tour Loja Ciudad Castellana	30.096	30.096	13.376	10.032	83.600	101.156	122.399	148.102	179.204
Tour Aventura y Naturaleza Oriental	19.152	19.152	10.640	6.384	55.328	66.947	81.006	98.017	118.600
Tour Imbabura y Carchi: provincias de Encanto	25.308	25.308	11.248	8.436	70.300	85.063	102.926	124.541	150.694
Tour Ruta de los Volcanes	22.572	22.572	10.032	7.524	62.700	75.867	91.799	111.077	134.403
Total Gastos Variables	113.886	113.886	54.530	40.926	323.228	391.106	473.238	572.618	692.868

Presupuesto de Gastos Administrativos

Dentro de este rubro se han considerado los gastos por sueldos del personal de las áreas: administrativa, financiera y de ventas que se detallan a continuación:

GASTOS ADMINISTRATIVOS (Expresado en Dolares)

DESGLOSE	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gerente General	3.317	3.317	3.317	3.317	13.270	14.597	16.056	17.662	19.428
Jefe Adm-Financiero	2.406	2.406	2.406	2.406	9.622	10.584	11.643	12.807	14.088
Jefe de Ventas	2.406	2.406	2.406	2.406	9.622	10.584	11.643	12.807	14.088
Coord.Logistica y Calidad	1.858	1.858	1.858	1.858	7.433	8.177	8.994	9.894	10.883
Contadora-Asist Financ	1.494	1.494	1.494	1.494	5.974	6.572	7.229	7.952	8.747
Guia Lider	1.129	1.129	1.129	1.129	4.515	4.967	5.463	6.010	6.611
Guias Part Time	764	764	764	764	3.056	3.362	3.698	4.068	4.475
Asistente Recepcionista	764	764	764	764	3.056	3.362	3.698	4.068	4.475
Mensajero	618	618	618	618	2.473	2.720	2.992	3.291	3.620
Chofer	691	691	691	691	2.764	3.041	3.345	3.679	4.047
Total Gastos Administrativos	15.447	15.447	15.447	15.447	61.786	67.965	74.761	82.238	90.461

Para efectos del flujo, se ha considerado incrementar los sueldos en un 10% anual.

En el Anexo 2 del presente informe, se incluye un desglose de cada gasto detallando: sueldo base, Aportes al IESS y los beneficios de ley correspondiente.

Presupuestos de Gastos Generales

Para este proyecto se ha considerado los rubros de: Alquiler de oficinas, Servicios Básicos (Agua, Luz, Teléfono), Membresía al Internet, Papelería (cartuchos, tintas, copias, etc), Publicidad (creación, mantenimiento y actualización de la página web de la empresa, trípticos que se adjuntarán a los estado de cuentas de tarjetas de crédito) y Guardianía.

GASTOS GENERALES (Expresado en Dolares)

DESGLOSE	ENE-MAR	ABR-JUN	JUL-SEP	OCT-DIC	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Alquiler Oficinas	2.100	2.100	2.100	2.100	8.400	9.240	10.164	11.180	12.298
Servicios Basicos (Agua, Luz,etc)	1.200	1.200	1.200	1.200	4.800	5.280	5.808	6.389	7.028
Membresia al Internet	210	210	210	210	840	924	1.016	1.118	1.230
Papeleria (cartuchos, tintas, etc)	600	600	600	600	2.400	2.640	2.904	3.194	3.514
Publicidad	1.500	1.500	1.500	1.500	6.000	6.600	7.260	7.986	8.785
Guardiania	900	900	900	900	3.600	3.960	4.356	4.792	5.271
Total Gastos Generales	6.510	6.510	6.510	6.510	26.040	28.644	31.508	34.659	38.125

En las proyecciones del flujo, se ha estimado un incremento de inflación proyectada del 10% anual.

Presupuestos de Pagos de Impuestos

Se consideran el pago de impuestos por funcionamiento para el desarrollo de esta actividad. Para efectos del flujo, este rubro se ha incrementado anualmente según una tasa de inflación estimada del 10% anual.

PAGO DE IMPUESTOS (Expresado en Dolares)

DESGLOSE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Permiso Ministerio de Turismo	1.000	1.100	1.210	1.331	1.464
Permiso Municipal	100	110	121	133	146
Seguros de Vida y Accidente	800	880	968	1.065	1.171
Permiso de Bomberos	140	154	169	186	205
Permiso de salud	120	132	145	160	176
Total Gastos de imptos	2.160	2.376	2.614	2.875	3.162

Presupuestos de Gastos Promocionales, Ferias y Congresos.

Dentro de este rubro se consideran los gastos de representación, viáticos, alquiler de stand a Congresos y ferias internacionales realizados por directivos de Quiltour.

GASTOS PROMOCIONALES, FERIAS Y CONGRESOS (Expresado en Dolares)

DESGLOSE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos promocionales, ferias y congresos	6.000	8.000	8.000	10.000	12.000
Total Gastos Promocionales, Ferias	6.000	8.000	8.000	10.000	12.000

Análisis de costos

Los datos obtenidos para este cálculo se ha tomado en base al Estado de Resultados clasificando los Gastos en Fijos y Variables que se detallan en el siguiente cuadro:

Rubros	AÑO 1
Gasto Fijo	98.112,81
Gastos Variables	323.228,00
Gasto Total	421.340,81
Util. Esperada	300,38
Punto de equilibrio (CF+Utilid.esper.)/(1-(CV/Vent.)=	410.054,98

VIII. ANALISIS FINANCIERO

El proyecto de Quiltour estará financiado por un grupo de emprendedores accionistas que tendrá una inversión total de USD \$59.000,00 destinados para la adquisición de activos fijos (70%) y para capital de trabajo (30%).

En el Anexo 4, se podrá apreciar: Flujo de Caja, Flujo de Fondos, Estado de Resultados, Balance General y Tabla de amortización.

IX. ANALISIS DE RIESGOS E INTANGIBLES

Riesgos de Mercado

Los problemas que tiene el Ecuador en el mercado turístico son:

- El incremento de la delincuencia
- Los problemas que presenta la frontera norte colombiana.

Estos riesgos limitarían el ingreso de turistas al territorio ecuatoriano. Por lo que, se harán gestiones de alianzas a través de la Subsecretaria y el Ministerio de Turismo con la finalidad de solicitar leyes y mecanismos que preserven la seguridad del turista, mediante la colaboración de la fuerza pública; así como, se controle a nivel de Estado la influencia subversiva de cualquier grupo terrorista.

Riesgos Técnicos

De acuerdo al análisis técnico, el proyecto es apto para implementarse por consiguiente no hay restricción para iniciar la empresa Quiltour.

Riesgos Económicos

Los riesgos económicos que podrían afectar las operaciones de la empresa, serían: un congelamiento bancario de fondos, un incremento en las tasas de interés activa, un aumento en los niveles de inflación, una disminución del poder adquisitivo de las personas, y la creación o incremento de impuestos al sector turístico.

Para todo esto se ha establecido un plan de contingencia que nos ayudará a minimizar el impacto de estos riesgos. Por consiguiente, se adoptarán las siguientes medidas:

- Los excedentes de efectivo en bancos, se reinvertirán en el negocio.
- Gestionar la negociación de tasas preferenciales activas corporativas para Quiltour y sus empleados.
- Manejar un espíritu de optimización de costos operativos.

- Mantener una sinergia de comunicación entre Quiltour y los Órganos Locales y Nacionales de Turismo.

Riesgos Financieros

Tal vez las limitaciones del proceso podrían estar circunscritas en la adquisición del capital de trabajo y por consiguiente nos veríamos en la necesidad de buscar nuevos accionistas para promover nuestro proyecto.

X. EVALUACION INTEGRAL DEL PROYECTO

Al elaborar los análisis financieros del presente proyecto se logra establecer que la tasa interna de retorno (TIR) para Quiltour es del 28.28%, es decir la inversión inicial y los flujos realizados durante el período de análisis (5 años) permite determinar que el proyecto es rentable superando la tasa del 16% pactada por los accionistas.

QUILTLOUR S.A	
VALOR PRESENTE NETO	
AÑOS	VALORES
AÑO 0	(59.000)
AÑO 1	13.200,76
AÑO 2	6.429,11
AÑO 3	22.694,77
AÑO 4	41.303,77
AÑO 5	65.277,09
VAN	\$25.588,82
TIR	28,28%

Adicionalmente se han calculado las principales Razones Financieras que se detallan a continuación:

QUILTLOUR S.A.					
RAZONES DE RENTABILIDAD	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Porcentaje de Utilidad Bruta= Utilidad Bruta/Ventas=	24,00%	24,00%	24,00%	24,00%	24,00%
Rendimiento sobre ventas= Utilidad Neta/Ventas=	0,07%	1,39%	2,81%	3,90%	4,90%
Rendimiento sobre capital= Utilidad Neta/Capital=	2,37%	36,65%	48,16%	48,78%	48,50%

XI. ANEXOS

ANEXOS



El logotipo de la Operadora de Turismo pretende mantener la imagen emprendedora colocando la estrella por encima del nombre con un despegue que visualiza las ideas y termina en la imagen de un producto diseñado para brillar. Su nombre se estableció debido a que su sede se encuentra en la ciudad de Guayaquil.

ANEXO 1

INVERSION EN ACTIVOS FIJOS

DEPRECIACION ANUAL													
INVERSION EN ACTIVOS FIJOS	VALOR USD	TIEMPO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	DEPREC. ACUMUL
Equipos de computación													
Computador Servidor	2.500	3	833	833	833								2.500,00
computador personal tipo laptop	1.500	3	500	500	500								1.500,00
2 computadoras PC de escritorio	1.200	3	400	400	400								1.200,00
1 infocus	1.200	3	400	400	400								1.200,00
1 impresora laser	200	3	67	67	67								200,00
Equipos auxiliares - estabilizador de voltaje	100	3	33	33	33								100,00
Equipo de oficina													
1 Fotocopiadora	500	5	100	100	100	100	100						500,00
1 fax	120	5	24	24	24	24	24						120,00
1 central telefonica con 4 lineas y teléfonos	1.200	10	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120,00	1.200,00
Central de aire	3.000	10	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300,00	3.000,00
Muebles y Enseres													
Mobiliario para oficina (escritorios, sillas, counter)	4.000	10	400	400	400	400	400	400	400	400	400	400,00	4.000,00
1 nevera pequeña	450	5	90	90	90	90	90						450,00
Vehiculos													
1 furgoneta	24.000	5	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800						24.000,00
Otros Gastos													
Letrero para local	1.500	5	300	300	300	300	300						1.500,00
TOTAL EN USD	41.470		8.367	8.367	8.367	6.134	6.134	820	820	820	820	\$820,00	\$41.470,00

INVERSION AMORTIZABLE	VALOR USD	TIEMPO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10	AMORTIZ.ACUMUL
Software	3.000	5	600	600	600	600	600						3.000,00
Licencias	500	5	100	100	100	100	100						500,00
TOTAL EN USD	3.500		700	700	700	700	700						\$3.500,00

ANEXO 2

Desglose de Gastos Administrativos
Expresado en dólares

DESCRIPCION	SUELDO BASICO-MES	IESS PAT 9,35%	SUELDO NETO-MES	BENEFICIOS DE LEY						AP.PATRO 11,15%
				Fondo Res Annual	13vo. 100%	14mo.	Vacacion	SUB-TOTAL ANUAL	SUB-TOTAL MENSUAL	
Gerente General	900	84	816	900	900	138	450	2.388	199	91
Jefe Adm-Financiero	650	61	589	650	650	138	325	1.763	147	66
Jefe de Ventas	650	61	589	650	650	138	325	1.763	147	66
Coord.Logistica y Calidad	500	47	453	500	500	138	250	1.388	116	51
Contadora-Asist Financ	400	37	363	400	400	138	200	1.138	95	40
Guia Lider	300	28	272	300	300	138	150	888	74	30
Guías Part Time	200	19	181	200	200	138	100	638	53	20
Asistente Recepcionista	200	19	181	200	200	138	100	638	53	20
Mensajero	160	15	145	160	160	138	80	538	45	16
Chofer	180	17	163	180	180	138	90	588	49	18

GASTO MENSUAL POR EMPLEADO	NUMERO DE EMPLEADOS	GASTO MENSUAL POR CATEGORIA	GASTO TRIMESTRAL POR CATEGORIA
1.106	1	1.106	3.317
802	1	802	2.406
802	1	802	2.406
619	1	619	1.858
498	1	498	1.494
376	1	376	1.129
255	1	255	764
255	1	255	764
206	1	206	618
230	1	230	691
Totales	10	\$5.148,86	\$15.446,58

ANEXO 3

FLUJO DE CAJA Expresado en Dolares

RUBROS	SUB-TOTAL 1ER AÑO	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Depreciación	8.367	8.367	8.367	6.134	6.134
Amortización	700	700	700	700	700
INGRESOS OPERACIONALES					
Conociendo Guayaquil en 4 horas	11.700	14.157	17.130	20.727	25.080
Recuerdos Guayaquileños (Tour de compra)	1.800	2.178	2.635	3.189	3.858
Guayaquil Vida Nocturna	2.160	2.614	3.162	3.827	4.630
Recorrido por el pasado y la religion	4.320	5.227	6.325	7.653	9.260
Guayaquil Natural: Bosque Cerro Blanco	4.320	5.227	6.325	7.653	9.260
Tour Costa Farrera	43.200	52.272	63.249	76.531	92.603
Tour Loja Ciudad Castellana	110.000	133.100	161.051	194.872	235.795
Tour Aventura y Naturaleza Oriental	72.800	88.088	106.586	128.970	156.053
Tour Imbabura y Carchi: provincias de Encanto	92.500	111.925	135.429	163.869	198.282
Tour Ruta de los Volcanes	82.500	99.825	120.788	146.154	176.846
A. TOTAL INGRESOS OPERACIONALES	425.300	514.613	622.682	753.445	911.668
EGRESOS OPERACIONALES					
COSTOS VARIABLES TOTALES	323.228	391.106	473.238	572.618	692.868
GASTOS ADMINISTRATIVOS	61.786	67.965	74.761	82.238	90.461
GASTOS GENERALES	35.107	37.711	40.576	41.493	44.959
PAGO DE IMPUESTOS	2.160	2.376	2.614	2.875	3.162
GASTOS PROMOCIONALES, FERIAS Y CONGRESOS	6.000	8.000	8.000	10.000	12.000
IMPREVISTOS (0,50%)	2.127	2.573	3.113	3.767	4.558
B. TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	430.408	509.731	602.302	712.991	848.009
C. FLUJO NETO OPERACIONAL (A - B)	3.959	13.949	29.447	47.288	70.493
INGRESOS NO OPERACIONALES					
APORTES DE ACCIONISTAS	35.000				
PRESTAMO BANCARIO	24.000				
D. TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	59.000	-	-	-	-
EGRESOS NO OPERACIONALES					
ADQUISICION DE VEHICULO	24.000				
ADQUISICION DE EQUIPO Y ACTIVO DE OFICINA	17.470				
GASTOS FINANCIEROS					
INTERESES PRESTAMO BANCARIO	3.488	2.720	1.952	1.184	416
CAPITAL PRESTAMO BANCARIO	4.800	4.800	4.800	4.800	4.800
E. TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	49.758	7.520	6.752	5.984	5.216
F FLUJO NO OPERACIONAL NETO (D - E)	9.242	(7.520)	(6.752)	(5.984)	(5.216)
G FLUJO GENERADO NETO (C + F)	13.201	6.429	22.695	41.304	65.277

ANEXO 4

BALANCE GENERAL

Expresado en Dolares

CUENTAS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
ACTIVO					
Activo Corriente					
Caja-bancos	942,37	15.967,63	42.991,21	75.632,53	118.214,00
Total de Activo Corriente	942,37	15.967,63	42.991,21	75.632,53	118.214,00
Activo Fijo					
Equipos de computación	6.700,00	6.700,00	6.700,00	6.700,00	6.700,00
Equipo de oficina	4.820,00	4.820,00	4.820,00	4.820,00	4.820,00
Muebles y Enseres	4.450,00	4.450,00	4.450,00	4.450,00	4.450,00
Otros Activos	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00	1.500,00
Vehiculos	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00	24.000,00
Depreciación Acumulada	8.367,33	16.734,67	25.102,00	31.236,00	37.370,00
Total Activos fijos	33.102,67	24.735,33	16.368,00	10.234,00	4.100,00
Activo Diferido					
Activo Diferido	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00	3.500,00
Amortización Acumulada	700,00	1.400,00	2.100,00	2.800,00	3.500,00
Total Activo Diferido	2.800,00	2.100,00	1.400,00	700,00	-
TOTAL ACTIVOS	\$36.845,03	\$42.802,96	\$60.759,21	\$86.566,53	\$122.314,80
PASIVO Y PATRIMONIO					
Pasivo Corriente					
Documentos por Pagar a C/P	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Impuestos a la Renta por Pagar	100,13	2.386,19	5.842,64	9.797,05	14.891,30
Utilidad por pagar empleados	70,68	1.684,37	4.124,22	6.915,56	10.511,50
Obligaciones Bancos a L/P	19.200,00	14.400,00	9.600,00	4.800,00	-
TOTAL PASIVO	24.170,81	23.270,55	24.366,85	26.312,62	30.202,90
PATRIMONIO					
Reservas	10.373,85	10.373,85	16.864,44	28.862,77	45.437,70
Capital Social	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Utilidad o Pérdida	300,38	7.158,56	17.527,91	29.391,15	44.674,10
TOTAL PATRIMONIO	12.674,23	19.532,41	36.392,35	60.253,92	92.111,90
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$36.845,04	\$42.802,96	\$60.759,21	\$86.566,54	\$122.314,80
	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

ANEXO 5

FLUJO DE FONDOS

INGRESOS Y EGRESOS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
Ventas	425.300,00	514.613,00	622.681,73	753.444,89	911.668,32
Efectivo para capital de trabajo	17.530				
Total Ingresos	442.829,58	514.613,00	622.681,73	753.444,89	911.668,32
Costos variables	323.228,00	391.105,88	473.238,11	572.618,12	692.867,92
Gastos Administrativos	61.786,31	67.964,94	74.761,44	82.237,58	90.461,34
Gastos Generales	26.040,00	28.644,00	31.508,40	34.659,24	38.125,16
Imprevistos	2.126,50	2.573,07	3.113,41	3.767,22	4.558,34
Gastos Promocionales, Ferias y Congresos	6.000,00	8.000,00	8.000,00	10.000,00	12.000,00
Pagos de impuestos de funcionamiento	2.160,00	2.376,00	2.613,60	2.874,96	3.162,46
Intereses Pagados	3.488,00	2.720,00	1.952,00	1.184,00	416,00
Pagos de Capital	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00	4.800,00
Total Gastos	429.628,81	508.183,89	599.986,96	712.141,13	846.391,23
Depreciación	8.367,33	8.367,33	8.367,33	6.134,00	6.134,00
Amortización	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00
Total Flujo de Fondos	22.268,10	15.496,44	31.762,10	48.137,77	72.111,09
15 % trabajadores	-	70,68	1.684,37	4.124,22	6.915,56
25% Impuesto a la Renta	-	100,13	2.386,19	5.842,64	9.797,05
Total Flujo de Fondos Neto	\$22.268,10	\$15.667,25	\$35.832,65	\$58.104,62	\$88.823,71

ESTADO DE RESULTADOS

Expresado en Dolares

CUENTAS	ANO 1	ANO 2	ANO 3	ANO 4	ANO 5
INGRESOS					
Ventas	425.300,00	514.613,00	622.681,73	753.444,89	911.668,32
Costos de Ventas	323.228,00	391.105,88	473.238,11	572.618,12	692.867,92
Utilidad Bruta	102.072,00	123.507,12	149.443,62	180.826,77	218.800,40
Gastos Administrativos	61.786,31	67.964,94	74.761,44	82.237,58	90.461,34
Gastos Generales	26.040,00	28.644,00	31.508,40	34.659,24	38.125,16
Impuestos de funcionamiento	2.160,00	2.376,00	2.613,60	2.874,96	3.162,46
Gastos promocionales, ferias,	6.000,00	8.000,00	8.000,00	10.000,00	12.000,00
Imprevistos	2.126,50	2.573,07	3.113,41	3.767,22	4.558,34
Utilidad Operativa	3.959,19	13.949,11	29.446,77	47.287,77	70.493,09
Gastos Financieros	3.488,00	2.720,00	1.952,00	1.184,00	416,00
Utilidad antes de Imptos y Rep.trabajadores	471,19	11.229,11	27.494,77	46.103,77	70.077,09
15% trabajadores	70,68	1.684,37	4.124,22	6.915,56	10.511,56
Utilidad antes de Impuesto a la Renta	400,51	9.544,74	23.370,55	39.188,20	59.565,53
25% Impuesto a la Renta	100,13	2.386,19	5.842,64	9.797,05	14.891,38
Utilidad Neta o Pérdida del Ejercicio	\$300,38	\$7.158,56	\$17.527,91	\$29.391,15	\$44.674,15

ANEXO 6

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO EN DOLARES	\$24.000			
TASA ANUAL	16,00%			
TASA POR PERÍODO	1,33%			
# PAGOS AL AÑO	12			
PLAZO (En Años)	5			
No.DE PAGOS	60			

PAGOS	INTERÉS	CAPITAL	DIVIDENDO	SALDO
0				24.000
1	320	400	720	23.600
2	315	400	715	23.200
3	309	400	709	22.800
4	304	400	704	22.400
5	299	400	699	22.000
6	293	400	693	21.600
7	288	400	688	21.200
8	283	400	683	20.800
9	277	400	677	20.400
10	272	400	672	20.000
11	267	400	667	19.600
12	261	400	661	19.200
13	256	400	656	18.800
14	251	400	651	18.400
15	245	400	645	18.000
16	240	400	640	17.600
17	235	400	635	17.200
18	229	400	629	16.800
19	224	400	624	16.400
20	219	400	619	16.000
21	213	400	613	15.600
22	208	400	608	15.200
23	203	400	603	14.800
24	197	400	597	14.400
25	192	400	592	14.000
26	187	400	587	13.600
27	181	400	581	13.200
28	176	400	576	12.800
29	171	400	571	12.400
30	165	400	565	12.000
31	160	400	560	11.600
32	155	400	555	11.200
33	149	400	549	10.800
34	144	400	544	10.400
35	139	400	539	10.000
36	133	400	533	9.600
37	128	400	528	9.200
38	123	400	523	8.800
39	117	400	517	8.400
40	112	400	512	8.000
41	107	400	507	7.600
42	101	400	501	7.200
43	96	400	496	6.800
44	91	400	491	6.400
45	85	400	485	6.000
46	80	400	480	5.600
47	75	400	475	5.200
48	69	400	469	4.800
49	64	400	464	4.400
50	59	400	459	4.000
51	53	400	453	3.600
52	48	400	448	3.200
53	43	400	443	2.800
54	37	400	437	2.400
55	32	400	432	2.000
56	27	400	427	1.600
57	21	400	421	1.200
58	16	400	416	800
59	11	400	411	400
60	5	400	405	0
TOTAL	9.760	24.000	33.760	