



UNIDAD DE EMPRENDIMIENTO

**UNIVERSIDAD CASA GRANDE
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN Y NEGOCIOS**

**MODELO DE NEGOCIO “OPERADOR
TURÍSTICO VIAJERO VALIOSO”:
GERENCIA DE ESTUDIO FINANCIERO**

Elaborado por:

María Paola Vergel Costa

Tutoría por: **Viviana Arroyo Baquero**

GRADO

Trabajo previo a la obtención del Título de:

Licenciado en Administración de Empresas

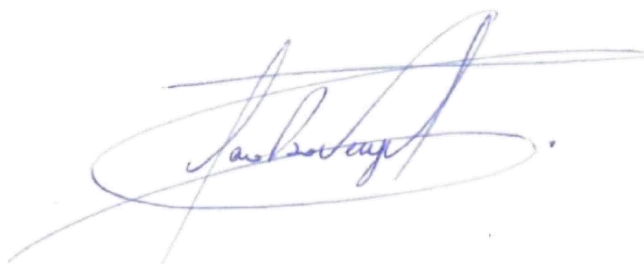
Guayaquil, Ecuador
Agosto, 2022

CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **María Paola Vergel Costa** declaro libre y voluntariamente lo siguiente:

1. Que soy la autora del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Operador Turístico Viajero Valioso: Gerencia de Estudio Financiero**”, el cual forma parte del proyecto Modelo de Negocio “**Operador Turístico Viajero Valioso**”.
2. Que el trabajo de titulación contenido en el documento de titulación es una creación de mi autoría por lo que sus contenidos son originales, de exclusiva responsabilidad de su autor y no infringen derechos de autor de terceras personas.
3. Que el trabajo de titulación fue realizado bajo modalidad de aprendizaje colaborativo junto con los estudiantes Lucía Barrera, Karina Romero, Mónica Mite, María Paola Vergel, María Fernanda.

En virtud de lo antes declarado, asumo de forma exclusiva la responsabilidad por los contenidos del trabajo de titulación, su originalidad y pertinencia y exonero a la Universidad Casa Grande de toda responsabilidad civil, penal o de cualquier otro carácter por los contenidos desarrollados en dicho trabajo.

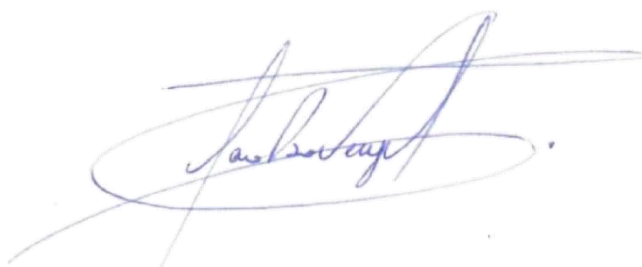


María Paola Vergel Costa
C.I. 0926957598

Declaro que

Yo, María Paola Vergel Costa en calidad de autor y titular de del trabajo de titulación “**Modelo de Negocio Operador Turístico Viajero Valioso: Gerencia de Estudio Financiero**”, de la modalidad Modelos de Negocio, autorizo a la Universidad Casa Grande para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en su Repositorio Virtual, con fines estrictamente académicos, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Asimismo, autorizo a la Universidad Casa Grande a reproducir, distribuir, comunicar y poner a disposición del público mi documento de trabajo de titulación en formato físico o digital y en cualquier medio sin modificar su contenido, sin perjuicio del reconocimiento que deba hacer la Universidad sobre la autoría de dichos trabajos.



María Paola Vergel Costa
C.I. 0926957598

3. RESUMEN EJECUTIVO.

Viajero Valioso es un proyecto de Operador turístico dedicado a brindar servicios de entretenimiento turístico, para contribuir con los adultos mayores a vivir y disfrutar de nuevas experiencias ofreciendo bienestar, seguridad y calidad de servicio en todos nuestros paquetes turísticos. Todo esto nace de una necesidad latente del adulto mayor y de sus deseos de sentirse vivo, activo, viajar, conocer nuevos lugares y disfrutar al compartir con sus pares; cabe recalcar que no se han encontrado operadores turísticos enfocados en este nicho específico. Los lugares de destinos fueron correctamente identificados y testados en el estudio de mercado con el fin de ofrecer alternativas atractivas y de fácil acceso. Así mismo entre las características del servicio está el manejo de grupos de 12 a 15 personas, visitas pausadas, distancias cortas, guía turística y acompañamiento de una enfermera durante el recorrido.

El equipo está conformado por personas con experiencia en el sector turístico y personas con experiencia en servicio de calidad, buen trato y amabilidad.

Nuestro nicho objetivo son adultos mayores hombres y mujeres entre 60 y 84 años, generación conocida como los “Baby Boomers”, con un estrato económico B y C+, por ello se obtiene el número de 99.443 personas, por tal motivo la muestra calculada es de 383 encuestas y de las cuales el 96,8% de los encuestados les gusta viajar dentro del país, el 91% de los adultos mayores están dispuestos a contratar un servicio exclusivo de entretenimiento; en el segundo estudio de validación se muestra que al 95.9% de los encuestados les gusta realizar paseos por un día. Nuestro cálculo de la demanda se obtiene con un número total de personas de 5,675 anuales, y según las estadísticas el crecimiento del turismo en el Ecuador en el año 2021 fue del 25% y un 17% de crecimiento en el Continente Americano; por ello hemos proyectado un crecimiento en nuestra demanda del 10% anual siendo conservadores.

El nicho de mercado de adultos mayores está en expansión y en nuestro proyecto consideramos al adulto mayor como un “adulto valioso”, a quien ofreceremos vivir nuevas experiencias, y con acceso al turismo local. Lo más importante para nuestro proyecto es ofrecer a nuestros clientes un servicio de calidad y generar emociones positivas para que continúen viajando con nosotros, por lo tanto definimos nuestro slogan como **“La Libertad de Viajar”**.

Tanto en el estudio de mercado y de marketing identificamos los servicios que brinda la competencia, al mismo tiempo seleccionamos a proveedores con un alto estándar de

servicio, guías turísticos con experiencia en turismo local y con gran habilidad y trato con el adulto mayor; al mismo tiempo seleccionamos enfermeras que nos acompañarán durante los viajes, quienes estarán pendientes de cualquier necesidad médica que se presente. Referente a los lugares y comunidades a visitar se han diseñado rutas accesibles, con un tiempo máximo de viaje de 01H30, con la finalidad que el recorrido sea corto y puedan disfrutar de la naturaleza y actividades detalladas en el itinerario, estableciendo el precio de venta considerando los costos regulares y el poder adquisitivo recabado en la encuesta, ya que más del 59.2% de los encuestados están dispuestos a pagar por un paseo de un día un rango de \$66,00 a \$80,00; por tal motivo, nuestro precio de venta está fijado en \$ 70,00 por persona por cada viaje, el mismo que incluye: transporte, guía turístico, almuerzo, bebidas, actividades varias en cada opción de destino, asistencia con una enfermera durante el viaje y con las siguientes rutas turísticas: “escape ruta del cacao hacienda las Cañas” en Naranjal, escape a la hacienda la Gerarda “manada equina” en Chongón, escape Nobol “Santuario Nacional de Santa Narcisca de Jesus”, escape a balneario general Playas Villamil, escape a Bucay en Pachakay hacienda San Rafael.

Nuestra estrategia corporativa se basa en “Calidad de servicio, seguridad, seriedad, comodidad, tranquilidad” y “enfocados en un nicho específico de adultos mayores”. Nuestra fortaleza competitiva está en las alianzas estratégicas con nuestros colaboradores, proveedores y los diferenciales que harán de Viajero Valioso la mejor opción turística para los clientes adultos mayores; será de vital importancia concretar acuerdos con nuestros proveedores fijando costos especiales como operador, brindando calidad en los servicios durante la estadía en el lugar turístico y con el cumplimiento de tiempos ofertados.

Llegaremos a nuestros clientes a través de un equipo comercial de ventas directas, por medio de canales digitales, y realizando convenios con geriátricos, asociaciones de jubilados, clubes de jubilados, entre otros; contamos con un plan de marketing agresivo con el fin que exista conocimiento de la marca y la empresa se pueda posicionar en la mente del consumidor directo que es el adulto mayor e indirecto que sería su círculo familiar; el presupuesto anual para el plan de marketing se fija en \$15.000,00.

Nuestra visión es ser un operador turístico reconocido en Ecuador y la región como la mejor opción de turismo sostenible para la naturaleza, líderes e innovadores en ofrecer servicios turísticos para el adulto mayor; bajo esta misión nuestro objetivo es determinar

la viabilidad operativa, administrativa y financiera de nuestro segmento de mercado, para crecer económicamente como operador turístico; a través de las ventas de oferta turística, con altos estándares de servicio y calidad y así mantener la confiabilidad y lealtad comercial de nuestros clientes.

La inversión inicial tendrá una fuente de financiamiento al 100% por el aporte del capital de accionistas, por lo que no se realizarán préstamos bancarios para ejecutar el proyecto. Inicialmente se recibirán pagos en efectivo y transferencias, definiendo como días de Cobro y pagos (1) y cero días de inventario.

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio, se definió un programa de producción y ventas estimado en 5 años, con una productividad durante el primer año de \$397,250.00. En cuanto a la tasa interna de retorno con un TIR de 16.50% y un VAN de 965.49 hacemos de “Viajero Valioso” un proyecto viable.

Este documento es el resultado del trabajo colaborativo de Lucía Barrera, Karina Romero, Mónica Mite, María Paola Vergel, María Fernanda, y explica el plan de negocios del proyecto denominado “Operador Turístico Viajero Valioso”; por tal razón los contenidos están relacionados con los otros documentos que complementan el trabajo general, existiendo la posibilidad que ciertos datos se repitan, sin que esto implique plagio.

4. PALABRAS CLAVE

Turismo tercera edad, adultos mayores, viajes tercera edad, actividades recreativas para adultos mayores, entretenimiento para adultos mayores.

5. CONSIDERACIONES ÉTICAS

La propuesta de modelo de negocio “Viajero Valioso”, nace de las ideas de un trabajo colaborativo conformado por un grupo de cinco integrantes, bajo las consideraciones éticas y el respeto a la propiedad intelectual.

6. ÍNDICE DE CONTENIDO

1. PORTADA.....	1
2. CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN	2
3. RESUMEN EJECUTIVO	4
4. PALABRAS CLAVES	6
5. CONSIDERACIONES ÉTICAS	6
6. ÍNDICE DE CONTENIDO.....	7
7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN.....	8
8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO.....	9
8.1 OBJETIVO GENERAL.....	9
8.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	10
9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO.....	10
9.1 GERENCIA: ESTUDIO FINANCIERO	14
9.1.1 Presupuesto.....	14
9.1.1.1 Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento.....	14
9.1.1.2 Política de cobros, pagos y existencias.....	16
9.1.1.3 Capital de Trabajo.....	16
9.1.1.4 Programa y calendario de inversiones.....	17
9.1.1.5 Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos..	19
9.1.1.6 Programa de producción y ventas.....	20
9.1.1.7 Costos de materias primas, materiales indirectos, suministros y servicios, mano de obra directa e indirecta.....	21
9.1.1.8 Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.....	22
9.1.2 Planeación Financiera.....	23
9.1.2.1 Flujo de caja proyectado.....	23
9.1.2.2 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	24
9.1.3 Evaluación del Proyecto.....	25
9.1.3.1 Punto de Equilibrio.....	25
9.1.3.2 Viabilidad financiera.....	26
9.1.3.3 Análisis de Sensibilidad.....	26
10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	30
11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	32

7. ANTECEDENTES Y JUSTIFICACIÓN

Nuestra propuesta nace de la falta de opciones de entretenimiento turístico orientado o dirigido a las preferencias y necesidades de adultos mayores. Nuestro nicho objetivo cuenta con el tiempo suficiente para el disfrute de diversas actividades turísticas de entretenimiento, sin embargo, en nuestro medio no existe una oferta especial diseñada para ellos. Por eso nos preguntamos ¿Cómo ofrecer un servicio turístico para que el adulto mayor se relacione con otras personas, se mantenga activo, entretenido y seguro de acuerdo con sus necesidades? Nosotros visualizamos la oportunidad de negocio, apegándonos al cumplimiento de las normativas establecidas por el Ministerio de Turismo del Ecuador y a una investigación de las características generales del turismo para el adulto mayor.

Según la teoría del ciclo de vida familiar en la etapa de retiro las personas mayores tienen menos obligaciones familiares al haberse emancipado los hijos, lo que, unido a la jubilación o retiro del mercado laboral, les deja más tiempo libre para el disfrute del ocio en general. En este sentido, en comparación con grupos de edad más jóvenes, los mayores realizan frecuentemente viajes de mayor duración, fuera de temporada alta y muestran mayor preocupación por cuestiones de seguridad en sus viajes (PATTERSON, 2006: 4). Se considera habitualmente que algunas variables demográficas y socioeconómicas como la edad, el género, el estado de salud, nivel de ingresos y la situación familiar condicionan el consumo de las personas en general. Estas variables se pueden calificar de objetivas, a las que se añaden otras variables subjetivas como son los valores y actitudes personales (BÓDALO, 2003: 93). Entre las barreras más importantes para acceder al turismo en general destaca el tiempo libre y una capacidad presupuestaria suficiente (MU: &IZ, 2001; NYAUPANE et al., 2008).

Debemos tener en cuenta que las personas mayores no constituyen un gran grupo homogéneo. En relación con la demanda turística se puede observar cierta heterogeneidad dentro del grupo de personas mayores, siendo posible segmentar este colectivo en grupos más homogéneos con diferentes comportamientos turísticos en base a sus motivaciones turísticas (SHOEMAKER, 1989; BOKSBERGER y LAESSER, 2009) o sus necesidades y estilos de vida (MOSCHIS y ÜNAL, 2008). Las próximas generaciones de mayores “baby

boomers” se caracterizan normalmente como más activos, con mayores niveles de formación y, sobre todo, más viajeros (PATTERSON, 2006). Estas nuevas generaciones de mayores tienen más experiencia viajera que las generaciones previas, por lo que es posible que las experiencias demandadas en sus viajes en la etapa de retiro presenten rasgos diferentes a las generaciones anteriores. Los cambios generacionales pueden tener efectos importantes en los destinos turísticos que tradicionalmente han contado con una importante demanda entre las personas mayores, ya que las nuevas generaciones de mayores probablemente se inclinen por otros destinos (OPPERMANN, 1995; PRIDEAUX, 2007).

APPA: fuente publicada <https://core.ac.uk/download/pdf/29403979.pdf>

El presente proyecto tiene como objetivo diseñar un modelo de negocio como Operador Turístico identificado como Viajero Valioso. Nuestra oferta turística presenta cinco opciones de destino que, de acuerdo con el estudio de mercado realizado, cumplen con las preferencias de viajes cortos, contacto con la naturaleza, clima agradable de acuerdo con las preferencias de nuestro segmento de mercado. Más que turismo ofrecemos un servicio de entretenimiento enfocado en el adulto mayor, para que puedan socializar, compartir con sus pares y mantenerse activos viviendo nuevas experiencias en esta etapa de su vida. De acuerdo con esto presentamos nuestra propuesta de valor: “Viajero Valioso” que te ofrece los mejores paquetes turísticos locales, lugares hermosos, viajes cortos, experiencias con personas afines generacionalmente y en contacto con la naturaleza. Tendrás un viaje cómodo, seguro, disfrutarás de alimentación típica del lugar visitado, asistencia médica con una enfermera y la guía de un profesional de turismo que permitirá que tengas un viaje memorable.

8. OBJETIVO GENERAL Y ESPECÍFICOS DEL PROYECTO “VIAJERO VALIOSO”

8.1. OBJETIVO GENERAL

Brindar entretenimiento turístico enfocados en adultos mayores; con un excelente servicio que brinde asesoría y organice viajes, que motiven al cliente para realizar diversas actividades de ocio y entretenimiento en nuestras rutas turísticas.

8.2. OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- Diseñar y organizar rutas turísticas, ofreciendo una atención y gestión adecuada a las necesidades de nuestro nicho de clientes.
- Cumplir los protocolos y políticas de Viajero Valioso, entregando una oferta turística de calidad, efectiva y segura, cubriendo las necesidades de nuestros clientes.
- Fortalecer nuestra marca en el sector, ser reconocidos como un Operador Turístico enfocado en el adulto mayor garantizando la rentabilidad, crecimiento y sostenibilidad de la empresa en el tiempo.
- Ser para nuestros clientes la mejor opción de servicio turístico para adultos mayores, que marque la diferencia y nos recuerden como su operador turístico de confianza.
- Ampliar nuestro catálogo de destinos turísticos, al menos con 4 destinos adicionales, en un lapso no mayor a 12 meses que sean del interés de nuestros clientes.

9. DESCRIPCIÓN DEL MODELO DE NEGOCIO

A través de Design thinking desarrollamos el customer journey map, donde se detalló las fases del proceso de experiencia del cliente, en base a esto se formuló el desarrollo técnico de la propuesta. El nicho de mercado que hemos encontrado va dirigido a hombres y mujeres adultos mayores, entre 60 y 84 años de edad, con un estrato económico B y C+ los mismos que son activos e independientes en sus finanzas y a quienes les gusta viajar y destinar un presupuesto para viajes y entretenimiento. Los principales hallazgos de información obtenida en la investigación de mercado se centraron en que están deseosos de conocer nuevos entornos, interactuar con más personas, realizar algo distinto y ocupar su tiempo libre en diversas actividades que los haga sentirse vivos, disfrutar momentos de ocio y vivir nuevas experiencias a plenitud. Además, buscan un equilibrio entre calidad y precio, que estos viajes sean accesibles, que les otorguen un buen trato, realizar viajes cortos y que tengan un clima agradable en donde desenvolverse.

En la investigación de mercado realizada, todos los participantes coinciden que para contratar una empresa que brinde servicio de entretenimiento turístico esta debe ser seria, tener seguridad jurídica, cumplir con el contrato; que para disfrutar del viaje deben ofrecer tranquilidad, calidad en el servicio, y contar con seguridad en el lugar que visitarán. Ninguno

de ellos ha escuchado de un servicio de entretenimiento turístico enfocado en el adulto mayor; es por esto, que nuestra fortaleza competitiva está en las alianzas estratégicas con nuestros proveedores, con quienes nos aseguraremos que cuenten con las seguridades, espacios, adecuaciones para que nuestros adultos mayores se sientan seguros y confortables disfrutando de un día agradable y los diferenciales que hacen de Viajero Valioso la mejor opción turística para el segmento de adultos mayores, ya que van interactuar con personas de su misma edad, contarán con un guía totalmente capacitado y con toda la experiencia en tratar a esta generación, quien los acompañará en todo el trayecto y mostrará el lugar que están visitando, también, tendrán la asistencia de una enfermera profesional desde el inicio, durante y fin del viaje, estará atenta a sus necesidades en cuanto a medicamentos, situación o malestar que presenten. Para fijar los precios se investigó el mercado y se manejarán costos basados en valores referenciales de costo del producto de \$48,00, con un margen de utilidad de 31,43%, y un precio de venta de \$70,00, ya que los adultos mayores están dispuestos a pagar por este servicio hasta \$100,00 y el 59,51% de los encuestados está dispuesto a pagar entre \$66,00 a \$80,00 dólares. Viajero Valioso dentro de su estrategia promocionará sus servicios a través del marketing digital (redes sociales y página web) para posicionar su marca y establecer una cercanía con sus potenciales clientes a través de: Facebook, Instagram, Twitter y WhatsApp y también el marketing tradicional, prensa y radio. Así también contará con personal comercial quienes realizarán ventas personalizadas, se gestionarán alianzas estratégicas con: empresas privadas, geriátricos, asilos de ancianos, asociaciones y clubes de jubilados.

Somos una empresa que brinda un servicio de entretenimiento turístico para el adulto mayor y como base de diseño de producto tenemos paquetes turísticos con cinco destinos locales.

El proceso de producción se plasma en el flujo del servicio, tanto de venta presencial como a través de la web, donde se destaca la asesoría permanente y acompañamiento de personal calificado de la empresa, durante todas sus etapas, desde la elección del destino, hasta la prestación del servicio.

La capacidad productiva de Viajero Valioso se determina en base a la demanda del nicho identificado, esto es 9.944 clientes potenciales, lo que nos da como resultado la cobertura de 5 viajes por día a cualquiera de las 5 rutas disponibles.

Nuestra Página Web está diseñada con fácil acceso, se presupuestó un CRM para registrar SAC y un ERP para integrar trámites administrativos. Nuestro punto de atención al cliente estará ubicado en una oficina coworking en el centro comercial Alban Borja, por ser un lugar de distracción tradicional de la ciudad y debido al potencial de clientes en la zona al encontrarse junto a un centro gerontológico; cuenta con espacios distribuidos de acuerdo a las necesidades de la operación y con una distribución en vertical.

La estructura de costos para la producción del servicio se compone de software, equipos, costos indirectos, costos variables, muebles y enseres, lo que da un valor total de \$8.924,00, el plan de inversión es de \$9.191,50.

El proyecto Viajero Valioso evaluará su vida útil en períodos de 5 años.

Nuestra identidad corporativa tiene como misión ser una empresa ecuatoriana que brinda servicios de entretenimiento turístico, para contribuir con los adultos mayores a vivir y disfrutar de nuevas experiencias, ofreciendo bienestar, seguridad y calidad de servicio en todos nuestros paquetes turísticos; así mismo nuestra visión en el tiempo es lograr ser un operador turístico reconocido en Ecuador y la región como la mejor opción de turismo sostenible con la naturaleza, líderes e innovadores en ofrecer servicios turísticos para el adulto mayor. Los valores corporativos que tenemos son el respeto, calidad, honestidad, responsabilidad, ética, trabajo en equipo y puntualidad.

Se utilizaron fuentes claras y fáciles de memorizar, que transmiten alegría, gozo, claridad y creatividad y como valor agregado el slogan *“La libertad de viajar”*. En cuanto a la estructura de nóminas se contratarán 7 talentos de áreas operativas, comerciales, y administrativas. Se aplicará una estructura organizacional “funcional”, jerárquica, a su vez definiendo KPI’s financieros, operativos, servicio y tecnológicos. Se definieron los stakeholders internos y externos como base para el desarrollo de programa de RSE que también forma parte de nuestros valores corporativos. Se implementarán programas de RSE destinados a cada grupo de interés. Para los stakeholders internos diseñamos el Programa Educación Valiosa para colaboradores e hijos y seguro médico co-pagado para colaboradores; para los stakeholders externos tenemos el programa “Mi huella verde” orientado a la comunidad turística y a nuestra comunidad digital. Nuestros programas se alinean con los siguientes objetivos de desarrollo sostenible: ODS #4 Educación de calidad, ODS #3 Salud y bienestar y ODS #15 Vida de Ecosistemas terrestres.

El proyecto tendrá como estructura jurídica la figura de Persona Jurídica de derecho privado denominada “Sociedad por Acciones Simplificadas – SAS”. De acuerdo al Art 18, el proyecto turístico Viajero Valioso se clasifica como Operador e Intermediación Turística; se contempla regular la empresa por propiedad intelectual para preservar la marca, el nombre, el logo y slogan por medio del SENADI, además de cumplir las regulaciones del Consejo de Comercio Exterior e Inversiones, “COMEXI” y la protección de datos personales: información sensible y de confidencialidad.

Viajero Valioso aplicará a sus colaboradores un contrato de trabajo con relación de dependencia a “plazo fijo” por 1 año con período de prueba de 90 días. Se establecerán acuerdos por escrito con los proveedores, a fin de garantizar la calidad del servicio ofrecido y suscribirá un contrato de servicio con el cliente determinando condiciones enmarcadas en la Ley Orgánica de defensa del consumidor.

El plan de inversión es importante porque nos permite tener un mapa de ruta que marque el camino que habrá de tener el dinero dentro de la gestión financiera. La inversión inicial con los que se debe de contar para poder implementar el negocio es de \$ 9.151,00 y tendrá una fuente de financiamiento al 100% por aporte de capital de los socios; por ello no se realizarán préstamos bancarios para ejecutar el proyecto. Inicialmente el cliente realizará pagos en efectivo y transferencias previas a la prestación del servicio turístico, y en relación a los proveedores el pago se realizará un día antes o durante la prestación del servicio, por lo cual se define como días de cobro y pagos (1) y cero días de inventario.

El capital de trabajo evaluado debe estar disponible a corto plazo para cubrir las necesidades inmediatas y así evitar atrasos en la operatividad de la empresa.

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio; se definió un programa de producción y ventas estimado en 5 años, con una productividad durante el primer año de \$397,250.00. En cuanto a la tasa interna de retorno con un TIR de 16.50% y un VAN de 965.49 se concluye que Viajero Valioso es un proyecto viable. Se presentan tres escenarios de sensibilidad todos negativos para la empresa, por ende, debemos cuidar y reforzar las estrategias para que el proyecto se mantenga viable y rentable en el tiempo.

9.1 GERENCIA: ESTUDIO FINANCIERO

9.1.1. Presupuesto

9.1.1.1. Plan de inversiones, clasificación y fuentes de financiamiento

El plan de inversiones consiste en incorporar uno o varios activos de consumo diferido, este permite la afectación de uso de fondos o la búsqueda específica de financiamiento para su adquisición, la cual impactará en el desarrollo operativo o forma de trabajo de la empresa en su futuro.

El plan de inversión es importante porque nos permite tener un mapa de ruta que marque el camino que habrá de tener el dinero dentro de la gestión financiera. El plan de inversiones presentado para “Operador Turístico Viajero Valioso” recoge aquellos elementos, materiales, insumos y demás gastos necesarios para el inicio y desarrollo de la actividad de la empresa. En el presente cuadro se realiza una recopilación de estos para conocer los fondos financieros con los que se debe de contar para poder implementar el negocio.

Tabla 01: Plan de inversiones

PLAN DE INVERSIONES

ACTIVOS FIJOS

TERRENO		
OBRAS CIVILES	\$	850,00
MUEBLES Y ENSERES	\$	1.930,00
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$	4.450,00
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$	7.230,00

ACTIVOS DIFERIDOS

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$	350,00
REGISTRO DE MARCA	\$	350,00
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	\$	350,00
HOSTING/DOMINIO	\$	250,00
DEPÓSITO ALQUILER	\$	300,00
TOTAL ACTIVO DIFERIDO	\$	1.600,00

CAPITAL DE TRABAJO

FACTOR CAJA		0
CAPITAL DE TRABAJO ADM. Y VTAS		
IMPREVISTOS (5%)	\$	361,50
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$	361,50
TOTAL PLAN DE INVERSIONES	\$	9.191,50

Elaboración propia

Se estima que el financiamiento de este rubro inicial se lo realizará mediante una sola fuente:

Un aporte de capital por parte de los socios que corresponderá al 100% es decir, \$9.191,50.

Tabla 02: Fuentes de financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO	MONTO	%	COSTO DE K
PRESTAMO BANCARIO	\$ -	0,00%	10%
APORTE DE CAPITAL	\$ 9.191,50	100,00%	15%
TOTAL FINANCIAMIENTO	\$ 9.191,50	100%	15,00%

Elaboración propia

9.1.1.2. Política de cobros, pagos y existencias

Para la empresa es de suma importancia conocer el tiempo que pasa desde que se ha invertido el dinero hasta que tiene dinero nuevamente, llamado ciclo de caja. Este ciclo de caja está comprendido por los días de cobro que se han establecido en 0, ya que inicialmente los pagos de la oferta turística se pagaran en efectivo o un solo pago por transferencia bancaria. En el caso del inventario, no poseemos productos solo servicios.

Tabla 03: Fuentes de financiamiento

DIAS DE COBRO	1
DIAS DE PAGO	1
DIAS DE INVENTARIO	0

Elaboración propia

9.1.1.3. Capital de trabajo.

El capital de trabajo es el dinero con que se cuenta para hacer funcionar el negocio en el día a día, lo suficiente para compra de mercancías, pago de salarios, de servicios públicos, arrendamientos, etc.

- En este rubro se están considerando todos aquellos recursos que requiere la empresa para poder operar de forma continua y eficiente, este se lo conoce como activo corriente.
- Aquí se encuentran considerados: recursos, insumos, materia prima, mano de obra, etc.; estos deberán estar disponibles a corto plazo para cubrir las necesidades inmediatas y así evitar atrasos en la operatividad de la empresa.

Tabla 04: Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO OPERATIVO		
SUMINISTROS Y SERVICIOS	\$	6.660,00
MANO DE OBRA DIRECTA	\$	29.998,68
CAPITAL DE TRABAJO ADM. Y VTAS		
GASTOS ADM	\$	48.287,48
GASTOS DE VTAS	\$	31.348,80
IMPREVISTOS (5%)	\$	361,05

Elaboración propia

9.1.1.4. Programa y calendario de Inversiones

Para poder programar el calendario de inversiones se utiliza el diagrama de Gantt, este es una herramienta que se emplea para planificar y programar tareas a lo largo de un período determinado de tiempo.

- En este caso se visualiza cada una de las actividades a las que se recurren para poder iniciar la empresa.
- El diagrama reproduce gráficamente las tareas, su duración y secuencia, además del calendario general del proyecto y la fecha de finalización prevista.

Tabla 05: Programa y calendario de inversiones

RUBRO	INICIO	DURACIÓN	FIN
Constitución de la empresa	01/08/22	15	16-08-22
Registro de Marca	01/08/22	15	16-08-22
Estudio de mercado	01/08/22	15	16-08-22
Disposición de capital de socios	01/08/22	15	16-08-22
Trámite para registro turístico, permisos y licencias	15/08/22	20	04-09-22
Negociación con proveedores de destinos turísticos	15/08/22	50	04-10-22
Contrato de espacio Coworking	20/08/22	3	23-08-22
Adquisición de Hosting / Dominio	20/08/22	5	25-08-22
Adquisición de Muebles y enseres	20/08/22	5	25-08-22
Adquisición de Equipos de cómputo	20/08/22	5	25-08-22
Adquisición de Equipos de comunicación móvil	20/08/22	5	25-08-22
Creación de página web	02/09/22	10	12-09-22
Creación de empresa en redes sociales	02/09/22	10	12-09-22
Contratación de servicios básicos e internet	07/09/22	3	10-09-22
Adquisición de materiales directos	07/09/22	4	11-09-22
Adquisición de materiales indirectos	07/09/22	4	11-09-22
Reclutamiento y Contratación de personal	22/09/22	10	02-10-22
Inicio de seguridad social para los colaboradores	25/09/22	3	28-09-22

Elaboración propia

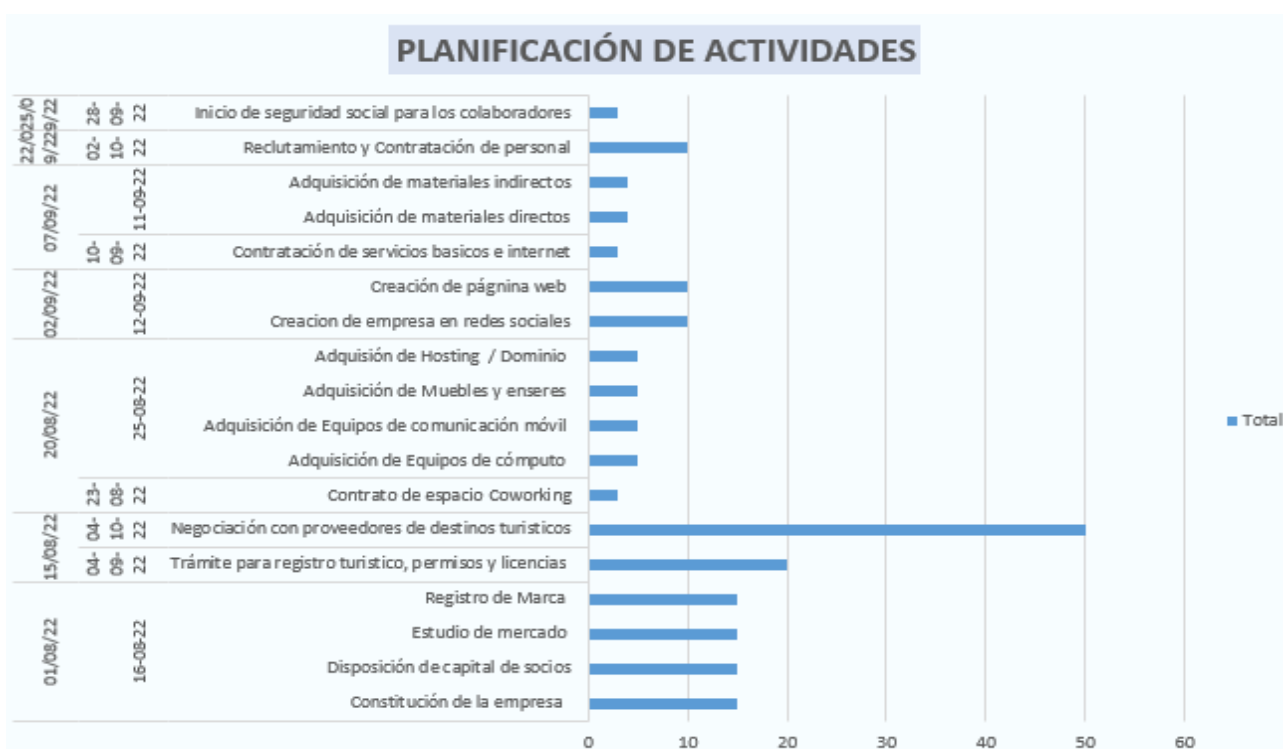


Ilustración 01: Diagrama de Gantt

Elaboración propia

9.1.1.5. Depreciaciones de activos fijos y amortizaciones y activos diferidos

En estas tablas se presentan aquellos activos que van perdiendo valor contable:

- La depreciación se centra exclusivamente en los activos fijos y cada uno de los activos tiene una vida útil específica por la cual se divide el calor inicial para poder calcular contablemente, su pérdida de valor de manera anual.
- De igual manera la amortización se enfoca a los bienes intangibles y diferidos que ha adquirido la empresa dentro del tiempo especificado en la tabla.

Tabla 0000: Depreciación de activos fijos

DEPRECIACIÓN	ANUAL	MENSUAL	VIDA ÚTIL
OBRAS CIVILES	\$ 850,00	\$ 85,00	5
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.930,00	\$ 386,00	5
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN	\$ 4.450,00	\$ 1.483,33	3
TOTALES	\$ 7.230,00	\$ 1.954,33	

Elaboración propia

Tabla 06: Amortización de activos diferidos

AMORTIZACIÓN	ANUAL	MENSUAL	TIEMPO
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 350,00	\$ 70,00	5
REGISTRO DE MARCA	\$ 350,00	\$ 70,00	5
DESARROLLO PÁGINA WEB/APP	\$ 300,00	\$ 60,00	5
HOSTING/DOMINIO	\$ 250,00	\$ 50,00	5
DEPÓSITO ALQUILER	\$ 300,00	\$ 60,00	5
TOTAL AMORTIZACIÓN	\$ 1.550,00	\$ 310,00	

Elaboración propia

9.1.1.6. Programa de producción y ventas

Las proyecciones financieras demuestran la factibilidad, rentabilidad, y las oportunidades de éxito del negocio. Es una carta de presentación para las fuentes de financiación, nuevos inversores y proyectos.

- En la tabla anterior se muestran los resultados del estudio de mercado del proyecto, costos y gastos se puede hablar de valores más aproximados a la realidad, pese a eso, sin embargo, hay que recordar que la proyección de ventas puede variar por muchos más factores, ya que la demanda del servicio nunca permanece constante y puede modificarse de acuerdo a diversos factores del mercado.

Tabla 07: Proyección de producción y ventas

DEMANDA	99443		COMPETENCIA		10	
	1	2	3	4	5	
PRODUCCIÓN	\$ 5.675,00	\$ 6.242,50	\$ 6.866,75	\$ 7.553,43	\$ 8.308,77	
PRECIO	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	\$ 70,00	
VENTAS (PXQ)	\$ 397.250,00	\$ 436.975,00	\$ 480.672,50	\$ 528.739,75	\$ 581.613,73	
COSTO VARIABLE	\$ 272.400,00	\$ 299.640,00	\$ 329.604,00	\$ 362.564,40	\$ 398.820,84	
COSTO FIJO	\$ 29.998,68	\$ 29.998,68	\$ 29.998,68	\$ 29.998,68	\$ 29.998,68	
COSTO TOTAL	\$ 302.398,68	\$ 329.638,68	\$ 359.602,68	\$ 392.563,08	\$ 428.819,52	

Elaboración propia

9.1.1.7. Costos de suministros, servicios y mano de obra directa.

Tabla 08: Costos de suministros

CONCEPTO	CANTIDAD	UNIDAD	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL	FUENTE
HOJAS A4	4	1	\$ 26,00	\$ 312,00	PAPELESA
PLUMAS	20	1	\$ 36,00	\$ 432,00	PAPELESA
CARPETAS	50	1	\$ 75,00	\$ 900,00	PAPELESA
MATERIALES DE OFICINA	50	1	\$ 52,50	\$ 630,00	DISTRIBUIDORA SUCRE
			\$ 189,50	\$ 2.274,00	

Elaboración propia

Tabla 09: Costos de servicios

CONCEPTO	COSTO MENSUAL	COSTO ANUAL
AGUA	\$ 80,00	\$ 960,00
ELECTRICIDAD	\$ 100,00	\$ 1.200,00
INTERNET	\$ 25,00	\$ 300,00
TOTAL	\$	2.460,00

Elaboración propia

MO directa e indirecta se considera al esfuerzo humano requerido para realizar operaciones específicas en los procesos productivos.

- La mano de Obra Directa puede ser fácil e identificable en cada servicio.
- La mano de Obra Indirecta va al Presupuesto de Gastos de Fabricación.

La mano de obra representa un elemento básico en gestión del servicio turístico de nuestro proyecto y se establece por medio del gasto que tiene el pago de los sueldos y salarios de aquellos colaboradores Operadores.

- La mano directa son trabajadores que participan directamente en la prestación del servicio y tienen un contacto directo con él y los clientes.

- Mientras que la mano de obra indirecta son los trabajadores que no intervienen específicamente en la prestación del servicio, pero que son necesarios para que los procesos administrativos y de soporte sean fluidos.

Tabla 010: Mano de obra directa

MANO DE OBRA DIRECTA	EMPLEADOS	GASTO MENSUAL	GASTO ANUAL	CECO
DIRECTOS				
Operadores	3	\$ 2.499,89	\$ 29.998,68	
			TOTAL	\$ 29.998,68

Elaboración propia

9.1.1.8. Gastos de administración, ventas (Comisiones %) y financieros.

En estos gastos se incluyen: gastos de ventas tales como remuneraciones y comisiones pagadas al personal de ventas, propaganda, promoción, etc. Asimismo, comprende todos los gastos de administración tales como remuneraciones del personal administrativo, etc. En la tabla anterior se detallan los gastos referentes a la operatividad administrativa y los gastos directos de las actividades comerciales.

Tabla 011: Gastos administrativos, ventas y financieros

GASTOS ADMINISTRATIVO	anual	2	3	4	5
SUELDO PERSONAL ADM	\$ 37.977,48	\$ 39.261,12	\$ 40.588,14	\$ 41.960,02	\$ 43.378,27
ARRIENDO	\$ 3.600,00	\$ 3.721,68	\$ 3.847,47	\$ 3.977,52	\$ 4.111,96
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 2.160,00	\$ 2.233,01	\$ 2.308,48	\$ 2.386,51	\$ 2.467,17
SERVICIOS CONTABLES	\$ 1.200,00	\$ 1.240,56	\$ 1.282,49	\$ 1.325,84	\$ 1.370,65
SERVICIOS LEGALES	\$ 600,00	\$ 620,28	\$ 641,25	\$ 662,92	\$ 685,33
SEGUROS	\$ 300,00	\$ 310,14	\$ 320,62	\$ 331,46	\$ 342,66
SUMINISTROS	\$ 600,00	\$ 620,28	\$ 641,25	\$ 662,92	\$ 685,33
INTERNET	\$ 300,00	\$ 310,14	\$ 320,62	\$ 331,46	\$ 342,66
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS Y OFICINA	\$ 50,00	\$ 51,69	\$ 53,44	\$ 55,24	\$ 57,11
PROGRAMA DE RSE	\$ 1.500,00	\$ 1.550,70	\$ 1.603,11	\$ 1.657,30	\$ 1.713,32
TOTAL GASTO ADMINISTRATIVO	\$ 48.287,48	\$ 49.919,60	\$ 51.606,88	\$ 53.351,19	\$ 55.154,46

GASTO DE VENTAS	1	2	3	4	5
SUELDOS PERSONAL DE VENTAS	\$ 8.403,80	\$ 8.687,85	\$ 8.981,50	\$ 9.285,07	\$ 9.598,91
COMISIONES	\$ 7.945,00	\$ 8.213,54	\$ 8.491,16	\$ 8.778,16	\$ 9.074,86
MARKETING Y PUBLICIDAD	\$ 15.000,00	\$ 15.507,00	\$ 16.031,14	\$ 16.572,99	\$ 17.133,16
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$ 31.348,80	\$ 32.408,39	\$ 33.503,79	\$ 34.636,22	\$ 35.806,93

Elaboración propia

9.1.2. Planeación financiera

9.1.2.1. Flujo de caja proyectado

En la proyección de flujo de caja presentada se hace referencia a la planificación de los pagos y cobros (ligados a los gastos e ingresos del estado de resultados), recoge las entradas y salidas de dinero que se producen durante el período de tiempo determinado, así como los valores de saldo inicial y final de cada período.

Flujo de caja

Tabla 012: Flujo de caja proyectado

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	INV. INICIAL	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES						
RECUPERACIÓN POR VENTAS		\$ 397.250,00	\$436.975,00	\$ 480.672,50	\$ 528.739,75	\$581.613,73
EGRESOS OPERACIONALES						
PAGO A PROVEEDORES		\$ 302.398,68	\$329.638,68	\$ 359.602,68	\$ 392.563,08	\$428.819,52
MANO DE OBRA DIRECTA						
MANO DE OBRA INDIRECTA		\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 48.287,48	\$ 49.919,60	\$ 51.606,88	\$ 53.351,19	\$ 55.154,46
GASTOS DE VENTAS		\$ 31.348,80	\$ 32.408,39	\$ 33.503,79	\$ 34.636,22	\$ 35.806,93
PARTICIPACION DE EMPLEADOS			\$ 1.918,46	\$ 3.396,95	\$ 5.049,08	\$ 7.111,24
IMPUESTO A LA RENTA			\$ 2.717,82	\$ 4.812,35	\$ 7.152,86	\$ 10.074,25
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		\$ 405.225,60	\$439.793,59	\$ 476.113,30	\$ 515.943,07	\$560.157,04
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$ -7.975,60	\$ -2.818,59	\$ 4.559,20	\$ 12.796,68	\$ 21.456,68
INGRESOS NO OPERACIONALES						
CREDITOS BANCARIOS	\$ -					
APORTE DE CAPITAL	\$ 9.191,50					
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 9.191,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERACIONALES						
	\$ 827,64					
PAGO DE INTERESES		\$ 160,97	\$ 97,64	\$ 34,31	\$ -	\$ -
PAGO DE CREDITO BANCARIO		\$ 666,67	\$ 666,67	\$ 666,67		
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
OBRAS CIVILES	\$ 850,00					
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.930,00					
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 2.780,00	\$ 827,64	\$ 764,31	\$ 700,97	\$ -	\$ -
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ 6.411,50	\$ -827,64	\$ -764,31	\$ -700,97	\$ -	\$ -
FLUJO NETO GENERADO	\$ -9.191,50	\$ -8.803,24	\$ -3.582,89	\$ 3.858,23	\$ 12.796,68	\$ 21.456,68

Elaboración propia

9.1.2.2. Estado de Pérdidas y Ganancias

Dado que el objetivo primordial de la empresa es maximizar las utilidades, es fundamental que el estudio se apoye en herramientas que permitan contar con información oportuna y confiable para la toma de decisiones.

El estado de resultados presenta un reporte financiero con proyección de un periodo de 5 años mostrando de manera detallada los ingresos obtenidos, los gastos en el momento en que se producen y como consecuencia, el beneficio o pérdida que ha generado la empresa en este periodo de tiempo para analizar esta información y en base a esto, tomar decisiones estratégicas.

Tabla 013: Estado de Resultados

ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO						
		1	2	3	4	5
VENTAS	\$	397.250,00	\$ 436.975,00	\$ 480.672,50	\$ 528.739,75	\$ 581.613,73
COSTO DE VENTAS	\$	302.398,68	\$ 329.638,68	\$ 359.602,68	\$ 392.563,08	\$ 428.819,52
UTILIDAD BRUTA	\$	94.851,32	\$ 107.336,32	\$ 121.069,82	\$ 136.176,67	\$ 152.794,21
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$	48.287,48	\$ 49.919,60	\$ 51.606,88	\$ 53.351,19	\$ 55.154,46
GASTOS DE VENTAS	\$	31.348,80	\$ 32.408,39	\$ 33.503,79	\$ 34.636,22	\$ 35.806,93
EBITDA	\$	15.215,04	\$ 25.008,33	\$ 35.959,15	\$ 48.189,26	\$ 61.832,82
GASTOS DE AMORTIZACIÓN	\$	310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00	\$ 310,00
GASTOS DE DEPRECIACIÓN	\$	1.954,33	\$ 1.954,33	\$ 1.954,33	\$ 471,00	\$ 471,00
EBIT	\$	12.950,71	\$ 22.744,00	\$ 33.694,81	\$ 47.408,26	\$ 61.051,82
GASTOS FINANCIEROS	\$	160,97	\$ 97,64	\$ 34,31	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$	12.789,73	\$ 22.646,36	\$ 33.660,51	\$ 47.408,26	\$ 61.051,82
15% PARTICIPACIÓN	\$	1.918,46	\$ 3.396,95	\$ 5.049,08	\$ 7.111,24	\$ 9.157,77
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$	10.871,27	\$ 19.249,41	\$ 28.611,43	\$ 40.297,02	\$ 51.894,04
25% IMPUESTOS	\$	2.717,82	\$ 4.812,35	\$ 7.152,86	\$ 10.074,25	\$ 12.973,51
UTILIDAD NETA	\$	8.153,46	\$ 14.437,06	\$ 21.458,57	\$ 30.222,76	\$ 38.920,53

Elaboración propia

9.1.3. Evaluación del Proyecto

9.1.3.1. Punto de Equilibrio

El número de ventas mínimas que debemos realizar para no tener pérdida es de 1.364 viajes que ascienden a \$ 95.450,35.

$$P.E \text{ (ventas)} = \frac{\text{Costo fijo total}}{1 - \frac{\text{Costo variable unitario}}{\text{Precio de venta unitario}}}$$

P.E. VENTAS	\$ 95.450,35
--------------------	---------------------

$$P.E \text{ (producción)} = \frac{\text{Costos fijos totales}}{\text{Precio unitario de venta} - \text{costo variable unitario}}$$

P.E. UNIDADES	1364
	24%

9.1.3.2. Viabilidad financiera

Tasa Interna de Retorno y tiempo de retorno de la inversión

La tasa interna de retorno (TIR) es aquella tasa de rentabilidad que se obtendrá al invertir en el negocio propuesto y el tiempo de retorno es el plazo requerido para recuperar el capital inicial de esta inversión.

Se determina que el proyecto es viable ya que la tasa interna de retorno es del 16,50% y el payback nos muestra que la inversión se recupera terminando el tercer año.

Tabla 014: Viabilidad y Rentabilidad en el TIR, Van y Payback

TIR	16,50%					
VAN \$	965,49					
	PERIODO	INVERSIÓN	FLUJO	RENTABILIDAD EXIGIDA	RECUPERACIÓN INVERSIÓN	
PAYBACK	1	\$ 9.191,50	\$ -8.803,24	\$ 1.378,73	\$ -10.181,96	
	2	\$ 19.373,46	\$ -3.582,89	\$ 2.906,02	\$ -6.488,91	
	3	\$ 25.862,37	\$ 3.858,23	\$ 3.879,36	\$ -21,13	
	4	\$ 25.883,50	\$ 12.796,68	\$ 3.882,53	\$ 8.914,16	
	5	\$ 16.969,34	\$ 21.456,68	\$ 2.545,40	\$ 18.911,28	
			\$ -1.941,94			

Elaboración propia

9.1.3.3. Análisis de Sensibilidad

El análisis de escenarios, el análisis de sensibilidad y las simulaciones son mecanismos de análisis muy importantes. A conocer la flexibilidad de la empresa para adaptarse a diversas situaciones es necesaria para poder plantear estrategias que permitan abordar los escenarios de manera diligente, posibilidades que se puedan presentar en el futuro, sin la necesidad de atribuir probabilidad a estas alternativas, entendiéndose que todas tienen la misma probabilidad de ocurrencia.

Primer escenario: el primer escenario que se presenta se disminuye un 3% en las ventas, afectando directamente: disminuye el TIR y el VAN queda en negativo, por ende, cualquier tipo de disminución en la demanda o baja en el precio de venta es una afectación importante y crucial para la empresa.

Tabla 015: Escenario 1: Flujo de caja con disminución del 3% en ventas.

REDUCCIÓN DE -3% EN VENTAS

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	INV. INICIAL	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES						
RECUPERACIÓN POR VENTAS		\$ 385.332,50	\$ 423.865,75	\$ 466.252,33	\$ 512.877,56	\$ 564.165,31
EGRESOS OPERACIONALES						
PAGO A PROVEEDORES		\$ 302.398,68	\$ 329.638,68	\$ 359.602,68	\$ 392.563,08	\$ 428.819,52
MANO DE OBRA DIRECTA						
MANO DE OBRA INDIRECTA		\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 48.287,48	\$ 49.919,60	\$ 51.606,88	\$ 53.351,19	\$ 55.154,46
GASTOS DE VENTAS		\$ 31.348,80	\$ 32.408,39	\$ 33.503,79	\$ 34.636,22	\$ 35.806,93
PARTICIPACION DE EMPLEADOS			\$ 1.918,46	\$ 3.396,95	\$ 5.049,08	\$ 7.111,24
IMPUESTO A LA RENTA			\$ 2.717,82	\$ 4.812,35	\$ 7.152,86	\$ 10.074,25
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		\$ 405.225,60	\$ 439.793,59	\$ 476.113,30	\$ 515.943,07	\$ 560.157,04
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$ -19.893,10	\$ -15.927,84	\$ -9.860,97	\$ -3.065,51	\$ 4.008,27
INGRESOS NO OPERACIONALES						
CREDITOS BANCARIOS	\$	-				
APORTE DE CAPITAL	\$	9.191,50				
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	\$	9.191,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERACIONALES						
	\$	827,64				
PAGO DE INTERESES	\$	160,97	\$ 97,64	\$ 34,31	\$ -	\$ -
PAGO DE CREDITO BANCARIO	\$	666,67	\$ 666,67	\$ 666,67		
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
TERRENO						
OBRAS CIVILES	\$	850,00				
MUEBLES Y ENSERES	\$	1.930,00				
MAQUINARIAS						
ACTIVOS DIFERIDOS						
CAPITAL DE TRABAJO						
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$	2.780,00	\$ 827,64	\$ 764,31	\$ 700,97	\$ -
FLUJO NO OPERACIONAL	\$	6.411,50	\$ -827,64	\$ -764,31	\$ -700,97	\$ -
FLUJO NETO GENERADO	\$ -9.191,50	\$ -20.720,74	\$ -16.692,14	\$ -10.561,95	\$ -3.065,51	\$ 4.008,27

TIR	#¡NUM!
VAN	-46.535,74

Elaboración propia

Segundo escenario: en el segundo escenario, la empresa incrementa el costo del servicio, en este escenario a \$50,00 afectan directamente el TIR y VAN: quedan en negativo.

Tabla 016: Escenario 2: Flujo de caja con incremento en costo del servicio, \$50,00.

COSTO DEL SERVICIO SE INCREMENTA A \$50

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	INICIAL	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES						
RECUPERACIÓN POR VENTAS		\$ 397.250,00	\$ 436.975,00	\$ 480.672,50	\$ 528.739,75	\$ 581.613,73
EGRESOS OPERACIONALES						
PAGO A PROVEEDORES		\$ 313.748,68	\$ 342.123,68	\$ 373.336,18	\$ 407.669,93	\$ 445.437,06
MANO DE OBRA DIRECTA						
MANO DE OBRA INDIRECTA		\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 48.287,48	\$ 49.919,60	\$ 51.606,88	\$ 53.351,19	\$ 55.154,46
GASTOS DE VENTAS		\$ 31.348,80	\$ 32.408,39	\$ 33.503,79	\$ 34.636,22	\$ 35.806,93
PARTICIPACION DE EMPLEADOS			\$ 215,96	\$ 1.524,20	\$ 2.989,05	\$ 4.845,21
IMPUESTO A LA RENTA			\$ 305,94	\$ 2.159,29	\$ 4.234,49	\$ 6.864,05
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES		\$ 416.575,60	\$ 448.164,21	\$ 485.320,99	\$ 526.071,52	\$ 571.298,34
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL		\$ -19.325,60	\$ -11.189,21	\$ -4.648,49	\$ 2.668,23	\$ 10.315,38
INGRESOS NO OPERACIONALES						
CREDITOS BANCARIOS	\$	-				
APORTE DE CAPITAL	\$	9.191,50				
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	\$	9.191,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERACIONALES						
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$	827,64				
PAGO DE INTERESES	\$	160,97	\$ 97,64	\$ 34,31	\$ -	\$ -
PAGO DE CREDITO BANCARIO	\$	666,67	\$ 666,67	\$ 666,67		
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN						
OBRA CIVILES	\$	850,00				
MUEBLES Y ENSERES	\$	1.930,00				
ACTIVOS DIFERIDOS						
CAPITAL DE TRABAJO						
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES		2.780,00				
FLUJO NO OPERACIONAL		6.411,50	827,64	764,31	700,97	-
FLUJO NETO GENERADO	\$	-9.191,50	\$ -19.325,60	\$ -11.189,21	\$ -4.648,49	\$ 2.668,23
						\$ 10.315,38

TIR	-30%
VAN	\$ -30.859,34

Elaboración propia

Tercer escenario: En este escenario que se presenta incremento en la base salarial de los Operadores, el sueldo es de \$600, en este escenario la base es de \$750, afectamente el TIR y VAN: ambos quedan en negativo.

Tabla 017: Escenario 3: Flujo de caja con base de sueldo de \$750 para los Operadores, lo cual incrementa la mano de obra directa.

INCREMENTO EN EL GASTO ADMINISTRATIVO - SUELDO OPERADORES A \$750

FLUJO DE CAJA PROYECTADO	INV. INICIAL	1	2	3	4	5
INGRESOS OPERACIONALES						
RECUPERACIÓN POR VENTAS	\$ 397.250,00	\$ 436.975,00	\$ 480.672,50	\$ 528.739,75	\$ 581.613,73	
EGRESOS OPERACIONALES						
PAGO A PROVEEDORES	\$ 309.579,60	\$ 336.819,60	\$ 366.783,60	\$ 399.744,00	\$ 436.000,44	
MANO DE OBRA DIRECTA						
MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64	\$ 23.190,64
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 48.287,48	\$ 49.919,60	\$ 51.606,88	\$ 53.351,19	\$ 55.154,46	
GASTOS DE VENTAS	\$ 31.348,80	\$ 32.408,39	\$ 33.503,79	\$ 34.636,22	\$ 35.806,93	
PARTICIPACION DE EMPLEADOS		\$ 841,32	\$ 2.319,82	\$ 3.971,94	\$ 6.034,10	
IMPUESTO A LA RENTA		\$ 1.191,87	\$ 3.286,41	\$ 5.626,91	\$ 8.548,31	
TOTAL EGRESOS OPERACIONALES	\$ 412.406,52	\$ 444.371,42	\$ 480.691,13	\$ 520.520,90	\$ 564.734,88	
FLUJO DE CAJA OPERACIONAL	\$ -15.156,52	\$ -7.396,42	\$ -18,63	\$ 8.218,85	\$ 16.878,85	
INGRESOS NO OPERACIONALES						
CREDITOS BANCARIOS	\$ -					
APORTE DE CAPITAL	\$ 9.191,50					
TOTAL INGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 9.191,50	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
EGRESOS NO OPERACIONALES						
	\$ 827,64					
PAGO DE INTERESES	\$ 160,97	\$ 97,64	\$ 34,31	\$ -	\$ -	
PAGO DE CREDITO BANCARIO	\$ 666,67	\$ 666,67	\$ 666,67			
ACTIVOS FIJOS OPERATIVOS						
TERRENO						
OBRAS CIVILES	\$ 850,00					
MUEBLES Y ENSERES	\$ 1.930,00					
MAQUINARIAS						
ACTIVOS DIFERIDOS						
CAPITAL DE TRABAJO						
TOTAL EGRESOS NO OPERACIONALES	\$ 2.780,00	\$ 827,64	\$ 764,31	\$ 700,97	\$ -	\$ -
FLUJO NO OPERACIONAL	\$ 6.411,50	\$ -827,64	\$ -764,31	\$ -700,97	\$ -	\$ -
FLUJO NETO GENERADO	\$ -9.191,50	\$ -14.328,88	\$ -6.632,12	\$ 682,34	\$ 8.218,85	\$ 16.878,85

TIR	-4%
VAN	-13.126,66

Elaboración propia

10. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

La evidencia analizada muestra que el adulto mayor tiene mayor tiempo de ocio, y dependiendo el estrato económico en muchos casos cuenta con independencia financiera, y se demuestra que la actividad de viajar y conocer nuevos lugares es atractivo para ellos; dentro del análisis de la Gerencia Financiera que presentamos se logró demostrar que el proyecto “Operador Turístico Viajero Valioso” es un proyecto factible y viable de implementar, puesto que no tiene competidores directos, brinda un servicio enfocado en el adulto mayor; así también en el estudio de mercado logramos evidenciar que existe un nicho de mercado importante en la ciudad de Guayaquil, y que es una necesidad latente que tienen muchos adultos mayores por recibir un servicio turístico en el cual ellos puedan disfrutar, sentirse libres y conocer lugares junto a sus pares; en las encuestas se validó la necesidad real tienen y el desconocimiento de otros servicios turístico ofertados para el adulto mayor. Logramos conocer e identificar sus deseos en realizar viajes cortos por el día y también conocer la capacidad de pago para destinos específicos.

En el estudio de marketing se logra obtener una visión muy amplia sobre la posición estratégica del proyecto, las alianzas con proveedores estratégicos, los competidores, y tener claro nuestros diferenciales clave tales como “seguridad, calidad en el servicio y enfoque en el adulto mayor”; por lo que se estructuró una sólida estrategia corporativa, una propuesta de valor clara y siempre enfocada en brindar un excelente servicio y entregar una experiencia única y positiva. Se elaboró un plan de marketing agresivo que logrará generar expectativas positivas y enviar un mensaje claro al nicho específico para que nuestro servicio “Operador Turístico Adulto Valioso” sea reconocido en el mercado.

En el estudio administrativo logramos construir la misión, visión valores corporativos y se logra determinar una viabilidad administrativa clara y precisa para este proyecto; así también identificar los indicadores KPI claves para lograr la medición y alcance de metas fijadas en distintas aristas, se identifica que es clave contar con el personal adecuado para el proyecto de operador turístico y es importante el convenio y contratos que se generen con los proveedores y aliados estratégicos en el sector, debemos cuidar la imagen que proyectamos a los

potenciales clientes y sus familias.

Por otra parte, en la gerencia técnica se pudo observar que no existe impedimento técnico o legal para la implementación del negocio, se logra contar con la capacidad productiva, se planifica y se concreta la ubicación estratégica para instalar la oficina física co-working y se elaboran las fichas técnicas de cada ruta planificadas y la guía ruta del viaje.

Finalmente el estudio cumplió con el propósito determinado la factibilidad y la viabilidad de lograr niveles de rentabilidad para el proyecto en base a todos los aspectos previamente estudiados con una proyección de ventas real; de esta manera fue posible calcular una TIR 16.50% y un VAN de 965,49 \$; por tal motivo se concluye que bajo los parámetros conservadores de la corrida financiera este proyecto es viable, y recomendamos ejecutarlo; así también consideramos que contribuye con la sociedad mejorando la actividad turística del adulto mayor y fomentando el desarrollo sostenido con las comunidades que son parte de nuestros destinos turísticos dentro del Ecuador.

Se recomienda:

- Implementar el proyecto dentro de los primeros seis meses, ya que las proyecciones y datos obtenidos en el estudio de mercado y técnico administrativo son actuales, cualquier retraso puede perjudicar la viabilidad y factibilidad financiera y de resultados.
- Durante la ejecución del plan de Marketing se debe identificar los canales digitales correctos para el nicho de mercado; así mismo usar un lenguaje, colores, contenidos y mensaje sencillo y fácil de recordar.
- Los contratos firmados con los proveedores de servicios turísticos deben ser claros para ambas partes, y deben establecer costos actuales con el fin no afectar la utilidad para la empresa y al mismo tiempo se respete el precio que ofrecemos al usuario.
- Contar con personal idóneo para el giro de negocio es clave, sea este personal fijo o personal externo tales como guías turísticos y enfermeras, quienes deben

estar capacitados en atención del adulto mayor; así mismo brindarles soporte y actualización constante en turismo ecológico, con el fin de aportar en la mejora continua de sus conocimientos y habilidades.

- Nuestra misión, visión y valores corporativos deben ser comunicadas a todo el equipo, ya que “no vendemos un servicio turístico, vendemos una experiencia inolvidable”, se debe comunicar de forma asertiva al personal y en especial a los operadores que comercializarán viajero valioso.
- El plan de responsabilidad social debe contar con un plan de actividades, fechas y comentarios de la comunidad de destino, con el fin de medir el impacto y lograr un trabajo coordinado y continuo con las comunidades.
- A partir del segundo año se planifica ofrecer otras alternativas de pago a través de tarjetas de crédito, contemplando previamente el costo financiero de las mismas.

11. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- <https://www.turismo.gob.ec/reactivacion-economica-el-turismo-deja-cifras-positivas-en-lo-que-va-de-2022/#:~:text=Las%20llegadas%20de%20extranjeros%20al,%20mismo%20periodo%20de%202021.>
- <https://www.sinnaps.com/blog-gestion-proyectos/estudio-financiero-proyecto-excel>
- <https://www.obsbusiness.school/blog/van-y-tir-dos-herramientas-para-la-viabilidad-y-rentabilidad-de-una-inversion#:~:text=Diferencia%20entre%20VAN%20y%20TIR&text=Las%20siglas%20VAN%20corresponden%20al,en%20recuperar%20su%20inversi%C3%B3n%20inicial.>
- <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2021/05/plan-estrategico-institucional.pdf>
- <https://www.gob.ec/inec>
- <https://www.turismo.gob.ec/>
- <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/como-registro-una-marca/>

- <https://www.controlsanitario.gob.ec/la-obtencion-del-permiso-de-funcionamiento-para-negocios-turisticos-es-obligatoria/>
- https://www.oas.org/juridico/spanish/cyb_ecu_ley_comelectronico.pdf
- https://www.dgcs.unam.mx/boletin/bdboletin/2021_287.html#:~:text=%E2%80%9CLa%20red%20social%20que%20m%C3%A1s,WhatsApp%E2%80%9D%20C%20mencion%C3%B3%20Hurtado%20Ra
- <https://core.ac.uk/download/pdf/29403979.pdf>