



**CARRERA: ADMINISTRACIÓN**

**TEMA:**

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de una agencia de viaje en el barrio Milena de la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbíos, Ecuador”**

**Proyecto de Plan de Negocio previo a la obtención del título de Tecnólogo Superior en Administración**

**AUTOR:**

Victoria Katherine Camacho Quiñonez

**TUTOR:**

Msc. Christian Carvajal

**D.M. Quito, 21 de agosto 2022**

## **DEDICATORIA**

El presente trabajo está dedicado a Dios por haberme dado dos madres una que está en el cielo y otra que aun la tengo con vida aquí en la tierra que es mi pilar fundamental, por brindarme día a día su apoyo incondicional por amarme, por siempre orar por mí, por pedirle a mi Dios que me bendiga, lamento no tener a mi otra madre presente pero sé que ella donde sea que este se encuentra muy orgullosa de mi muy contenta de ver a su hija cumplir una meta más en su vida y sé muy bien que el día que me incorpore ella va a estar presente en primera fila aplaudiéndome y muy feliz.

Segundo, también les dedico a mis hermanos y demás familia, quienes me acompañan en mi vida diaria y por siempre contar con ellos.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer en primer lugar a Dios, por cada día de vida, por cada experiencia y enseñanza, por guiarme en el camino correcto, por estar junto a mí en todo momento, por nunca abandonarme durante esta fase de mi carrera universitaria, agradecida siempre con Dios que me dio a dos madres por falta de una esas dos mujeres luchadoras que las amo con mi vida.

Agradezco de igual forma a mi familia, por todo el esfuerzo y apoyo incondicional brindado.

Mis más sinceros agradecimientos a mi Tutor de proyecto y demás docentes del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, quien a través de sus conocimientos, experiencia y sabiduría se convirtieron en una pieza clave para el desarrollo de cada etapa.

## **AUTORÍA**

Yo, **Victoria Katherine Camacho Quiñonez** autor del presente informe, me responsabilizo por los conceptos, opiniones y propuestas contenidos en el mismo.

Atentamente

**Victoria Katherine Camacho Quiñonez**

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

**Msc. Christian Carvajal**  
**Tutor de Trabajo de Titulación**

## **CERTIFICACIÓN**

Haber revisado el presente informe de investigación, que se ajusta a las normas institucionales y académicas establecidas por el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, de Quito, por tanto, se autoriza su presentación final para los fines legales pertinentes.

**Msc. Christian Carvajal**

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022

## ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA

Conste por el presente documento la cesión de los derechos en trabajo fin de carrera, de conformidad con las siguientes cláusulas:

PRIMERA: El **Msc.** Christian Carvajal y por sus propios derechos en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera; y la Srta. **Victoria Katherine Camacho Quiñonez** por sus propios derechos, en calidad de autor del trabajo fin de carrera.

SEGUNDA: UNO. - La Srta. **Victoria Katherine Camacho Quiñonez** realizó el trabajo fin de carrera titulado: “**Proyecto de factibilidad para la implementación de una agencia de viaje en el barrio Milena de la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbíos, Ecuador.**”, para optar por el título de, Tecnólogo en Administración en el Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, bajo la dirección del **Msc.** Christian Carvajal.

DOS. - Es política del Instituto Tecnológico Internacional Universitario ITI, que los trabajos fin de carrera se aplique, se materialicen y difundan en beneficio de la comunidad.

TERCERA: Los comparecientes, **Msc.** Christian Carvajal en calidad de Tutor del trabajo fin de carrera y la Srta. **Victoria Katherine Camacho Quiñonez**, como autor del mismo, por medio del presente instrumento, tienen a bien ceder en forma gratuita

sus derechos en el trabajo fin de Carrera titulado: **“Proyecto de factibilidad para la implementación de una agencia de viaje en el barrio Milena de la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbíos, Ecuador.”**, y conceden autorización para que el ITI pueda utilizar este trabajo en su beneficio y/o de la comunidad, sin reserva alguna.

CUARTA: aceptación: las partes declaradas que aceptan expresamente todo lo estipulado en la presente cesión de derecho.

**Msc. Christian Carvajal**  
Quiñonez

**Srta. Victoria Camacho**

D.M. Quito, 21 de agosto del 2022.

## ÍNDICE DE CONTENIDO

DEDICATORIA .....	II
AGRADECIMIENTO .....	III
AUTORÍA.....	IV
CERTIFICACIÓN .....	V
ACTA DE CESIÓN DE DERECHOS DE TRABAJO FIN DE CARRERA.....	VI
ÍNDICE DE CONTENIDO.....	VIII
ÍNDICE DE TABLAS .....	XIII
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	XV
1. RESUMEN.....	16
2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL .....	17
CREACIÓN DE LA EMPRESA .....	17
DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA .....	17
Importancia. ....	17
Características. ....	18
Actividad. ....	19
Tamaño y distribución de la empresa.....	20
Estudio arquitectónico.....	20
Estructura interna del establecimiento .....	21
NECESIDADES QUE SATISFACER. ....	21
NECESIDAD DE SEGURIDAD.....	22
NECESIDAD SOCIAL .....	22
NECESIDAD DE AUTOESTIMA. ....	23
NECESIDAD DE AUTORREALIZACIÓN.....	23
LOCALIZACIÓN DE LA EMPRESA .....	24
FILOSOFÍA EMPRESARIAL .....	24
Misión. ....	24
Visión. ....	25
Objetivos. ....	25
Meta.....	25



Estrategias. ....	25
POLÍTICAS. ....	26
La empresa. ....	26
Los trabajadores. ....	26
FODA. ....	27
Fortalezas. ....	27
Debilidades. ....	27
Amenazas. ....	28
DESARROLLO ORGANIZACIONAL. ....	28
<i>Tipo de Estructura.</i> ....	28
Procesos Estratégicos. ....	28
Procesos Operacionales. ....	29
Procesos de apoyo. ....	29
FORMALIZACIÓN. ....	30
CENTRALIZACIÓN – DESCENTRALIZACIÓN. ....	30
INTEGRACIÓN. ....	31
ORGANIGRAMA EMPRESARIAL. ....	32
FUNCIONES DEL PERSONAL. ....	33
Detalles generales del puesto de ventas. ....	33
3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING. ....	37
OBJETIVO DE MERCADOTECNIA. ....	37
INVESTIGACIÓN DE MERCADO. ....	37
MODALIDAD. ....	37
PLAN DE MUESTREO. ....	38
ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS. ....	39
Pregunta 1. ....	39
PREGUNTA 2. ....	40
PREGUNTA 3. ....	41
PREGUNTA 4. ....	42
PREGUNTA 5. ....	43

PREGUNTA 6.....	44
PREGUNTA 7.....	45
PREGUNTA 8.....	46
PREGUNTA 9.....	47
PREGUNTA 10.....	48
ANÁLISIS GENERAL.....	49
ENTORNO EMPRESARIAL .....	50
Microentorno.....	50
Macroentorno .....	53
<i>PRODUCTO Y SERVICIO</i> .....	55
Producto Esencial.....	55
Producto real. ....	55
Características. ....	56
Calidad. ....	56
Estilo. ....	57
Marca.....	57
Producto aumentado.....	57
PLAN DE INTRODUCCIÓN AL MERCADO .....	58
Distintivos y Uniformes .....	58
MATERIALES DE IDENTIFICACIÓN.....	60
Imagotipo. ....	60
Tarjetas de presentación.....	61
Hoja membretada. ....	62
Canal de distribución y puntos de ventas .....	63
RIESGO Y OPORTUNIDADES DEL NEGOCIO .....	64
FIJACIÓN DE PRECIOS .....	64
Fijación de precios por viaje. ....	64
IMPLEMENTACIÓN DEL NEGOCIO .....	67
Arriendo del local.....	67
Equipos de computación. ....	67

	Muebles y enseres. ....	67
	Equipos industriales de seguridad.....	68
	Suministros de oficina.....	68
	Servicios básicos.....	69
	Materiales de limpieza.....	69
	ESTUDIO ARQUITECTÓNICO.....	70
	Estructura interna del establecimiento.....	70
4.	PROCESO DERECHO EMPRESARIAL.....	71
5.	PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL.....	73
	OBJETIVO DE ÁREA.....	73
	IMPACTO AMBIENTAL.....	73
	Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar “Tour Adventure”.....	73
	IMPACTO SOCIAL.....	76
	Igualdad de género.....	76
	Generar empleo.....	76
	Atracción de empleados.....	76
6.	PROCESO FINANCIERO.....	77
	INTRODUCCIÓN.....	77
	Activos Fijos.....	77
	ACTIVOS DIFERIDOS.....	77
	CAPITAL DE TRABAJO.....	78
	Sueldos.....	79
	DEPRECIACIÓN ACTIVOS FIJOS.....	80
	AMORTIZACIONES.....	81
	TABLA DE AMORTIZACIÓN.....	81
	ESTRUCTURA CAPITAL.....	82
	PUNTO DE EQUILIBRIO.....	83
	COSTO DE VENTAS.....	85
	FLUJO DE CAJA.....	87

CALCULO DEL TIR Y EL VAN.....	87
VAN (Valor Actual Neto).....	87
TIR (Tasa Interna de Retorno) .....	88
7.    CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	89
<i>CONCLUSIONES</i> .....	89
<i>RECOMENDACIONES</i> .....	89
REFERENCIAS.....	90
ANEXOS .....	92

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Jefe de oficina .....	33
Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Analista de presupuesto .....	34
Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, asistente atención al cliente. ....	35
Tabla 4. Méritos aspectos a considerar recaudador .....	36
Tabla 5. Pregunta 1 Indique su género.....	39
Tabla 6. Pregunta 2. ¿Cuál es su edad?.....	40
Tabla 7. Pregunta 3 ¿Con qué frecuencia usted realiza un viaje anual? .....	41
Tabla 8. Pregunta 4 ¿Le gustaría a usted que la agencia ofrezca paquetes de viajes económicos?.....	42
Tabla 9. Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividades le gusta realizar durante el viaje? .....	43
Tabla 10. Pregunta 6 ¿Estaría de acuerdo que en su ciudad exista una agencia de viaje? .....	44
Tabla 11. Pregunta 7 ¿Mediante qué medio le gustaría saber de nuestros servicios que ofrecerá la empresa?.....	45
Tabla 12. Pregunta 8 ¿Antes de viajar prefiere? .....	46
Tabla 13. Pregunta 9 ¿Con quién realiza habitualmente sus viajes?.....	47
Tabla 14. Pregunta 10 ¿Qué actividades turísticas le gustaría que tenga la agencia?.	48
Tabla 15. Proveedores .....	52
Tabla 16 Financiamiento publicidad.....	64
Tabla 17 Paquete turístico 3 días - dos noches .....	66
Tabla 18 Guaranda .....	66
Tabla 19 Paquete por persona .....	66
Tabla 20 Arriendo del local. ....	67
Tabla 21 18. Equipos de computación .....	67
Tabla 22 Muebles y enseres .....	67
Tabla 23 Equipos industriales de seguridad.....	68
Tabla 24 Suministros de oficina.....	68
Tabla 25 Servicios básicos .....	69
Tabla 26 Materiales de limpieza .....	69
Tabla 27 Evaluación ambiental.....	75
Tabla 28 Activos Fijos .....	77
Tabla 29 Activos diferidos .....	78
Tabla 30 Capital de trabajo .....	79
Tabla 31 Detalles de inversión.....	79
Tabla 32 Sueldos. ....	80
Tabla 33 Depreciación de activos fijos .....	81
Tabla 34 Porcentaje Amortización.....	81
Tabla 35 Tabla de Amortización.....	82
Tabla 36 Estructura de capital.....	83
Tabla 37 Costos fijos.....	83
Tabla 38 Margen de contribución .....	84

Tabla 39 Punto de equilibrio.....	85
Tabla 40 Proyección de ventas / costos.....	85
Tabla 41 Costo de ventas .....	86
Tabla 42 Flujo de caja.....	87
Tabla 43 VAN/ TIR .....	88

**ÍNDICE DE ILUSTRACIONES**

Ilustración 1. Estructura interna del establecimiento .....	21
Ilustración 2. Pirámide de Maslow .....	21
Ilustración 3. Ubicación .....	24
Ilustración 4. Flujo de procesos de la agencia de viaje “Tour Aventure” .....	31
Ilustración 5. Organigrama empresarial “Tour Aventure” .....	32
Ilustración 6 Pregunta 1, barra circular .....	39
Ilustración 7 Pregunta 3, gráfico circular.....	42
Ilustración 8 Microentorno de Tour aventura .....	50
Ilustración 9 Ubicación. ....	50
Ilustración 10 Esquema macroentorno Tour Aventure. ....	53
Ilustración 11 Reverso de hoja membretada .....	61
Ilustración 12 Vehículos .....	65
Ilustración 13 Iglesia Basílica, Quito .....	66
Ilustración 14 Estructura del establecimiento. ....	70

**“Proyecto de factibilidad para la implementación de una agencia de viaje en el barrio Milena de la Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbíos, Ecuador”**

Victoria Katherine Camacho Quiñonez

Msc. Christian Carvajal

D.M. Quito, 21 de agosto 2022

## **1. RESUMEN**

El presente proyecto tiene como objetivo realizar el estudio de factibilidad para la creación de una agencia de viaje en el barrio Milena Ciudad de Nueva Loja, Cantón Lago Agrio, Provincia De Sucumbíos, Ecuador, que permita brindar un servicio de calidad partiendo del concepto e importancia de la necesidad y su impacto generado en la ciudad.

Para el desarrollo de esta idea de negocio, se utilizó procesos metodológicos como el estudio de mercado, el análisis de factores internos-externos, el análisis de las debilidades y oportunidades, el establecimiento de la estructura organizacional, el establecimiento de precios, proyecciones y análisis financiero donde se evidencia la factibilidad y viabilidad para continuar con el proyecto.



## **2. ORGANIZACIÓN EMPRESARIAL**

### **Creación de la empresa**

“Tour Aventure” surge de la necesidad de brindar una agencia de viaje en recorridos nacionales porque primeramente en la ciudad de Lago Agrio no hay la oportunidad de contar con el servicio de una agencia donde permita a la ciudadanía gozar de una atención personalizada de alta profesionalidad a todo aquellos que necesiten el servicio de viaje ya sea dentro de la provincia o interprovincial, satisfacer a la ciudadanía sus placeres de programar su viaje con nuestro servicio de asesoramiento, precios accesibles, durante y después de cada viaje.

La finalidad de realizar este proyecto es para que las ciudadanías realicen inversiones adecuadas para así lograr una buena economía para la comunidad a través de los servicios a ofrecer como: alimentación, hospedaje, visitas a lugares atractivos (bosques, piscinas, parques) para así promocionar los atractivos lugares turísticos naturales y culturales que goza nuestra Amazonia y todo el Ecuador.

### **Descripción de la empresa**

#### ***Importancia.***

Las agencias de viajes ocupan un puesto muy importante en el sector turístico, ya que son promotoras al turismo al contar con un flujo constante de pasajeros ya sea a nivel nacional o internacional que deseen conocer todo lo relacionado a los lugares turísticos, comidas típica, culturas entre otros de cada cantón del país.

Es así, como las agencias de viaje, se dedican a vender tanto pasajes aéreos y acomodaciones habitacionales en los distintos hoteles, ofreciendo servicios tanto dentro como fuera del país. El valor agregado que entregan, consiste en armar los llamados “paquetes turísticos”, que combinan opciones de traslado y alojamiento con precios altamente competitivos. Esto se logra llegando a acuerdos con las líneas aéreas y cadenas hoteleras, reservando con anticipación una gran cantidad de cupo. (Repositorio, Humberto Alvarado, 2012)

### *Características.*

La agencia “Tour Aventure”, tiene un compromiso tanto con ciudadanos nacionales e internacionales que deseen programar un viaje. La creación de esta empresa es con la finalidad que las personas realicen excursiones ya sea para sentirse bien en su salud física, mental, social y para compartir tiempo con sus seres queridos.

Se tendrá los asesores capacitados para ofrecer un excelente servicio de calidad para todas las personas interesadas. Esta empresa se va crear con el propósito de que todas las personas puedan acceder a los beneficios para disfrutar de toda la facilidad de pagos, seguridad y sobre todo la calidez de nuestro personal.

En la agencia, los empleados van a estar bajo un contrato individual de trabajo, con afiliación al seguro social y gozará con todos los derechos estipulados, así también se brindará capacitaciones frecuentes y cursos.

En cuanto al impacto ambiental, además, presenta beneficios culturales, como el respeto a la autenticidad socio cultural de las comunidades locales y la promoción

de las manifestaciones culturales; y sociales, con la inclusión de las comunidades a las actividades turísticas y la reactivación de zonas rurales. (Utpl, 2020)

***Actividad.***

“Tour Aventure” será una agencia con actividades de prestaciones de servicios para viajes que incluirá: hospedaje, transporte, alimentación.

La empresa se encargará en la elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes, como ejemplo a transportistas, servicio de alojamiento, con el objetivo de poner los bienes y servicios turísticos a disposición de quienes deseen y puedan utilizarlos.

Entre las principales funciones que se llevara a cabo en la agencia, son las siguientes:

- Asesorar al cliente en cuanto al destino de su viaje, ofreciendo el asesoramiento completo para facilitarle al cliente la anhelosa tarea de organizar un viaje.
  
- Establecer una ruta de viaje y planear un recorrido de actividades para realizar en el lugar de destino.
  
- En diseñar, comercializar y distribuir los distintos productos turísticos, generados por la combinación de diversos servicios sueltos.

### ***Tamaño y distribución de la empresa.***

“Tour Aventure” será una microempresa que contará con las áreas de: atención al cliente, departamento de comercialización, ventas, asesores de viaje, reservaciones.

La agencia contará con wifi gratis donde clientes puedan conectarse mediante la red de internet y así visitar nuestra página web y conocer promociones, descuentos y así se animen contratar en un paquete de viaje.

Se trata de un local bastante amplio, de unos 100m<sup>2</sup>, en la que se diferencian las siguientes zonas:

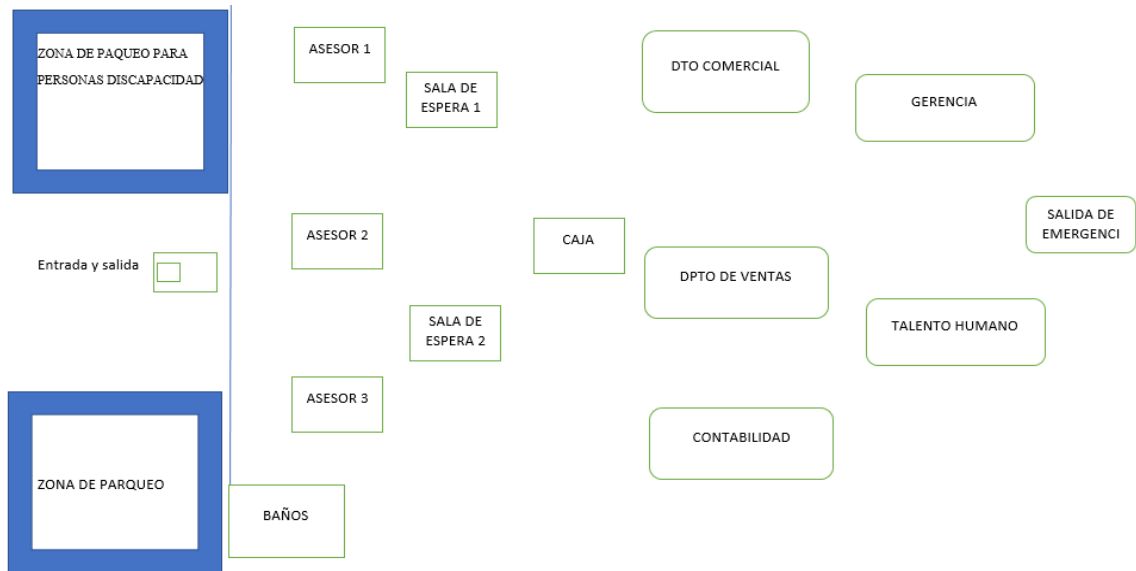
- Zonas de atención al cliente.
- Zona de descanso.
- Sala de espera.
- Almacén.
- Vallas Publicitarias.
- Equipamientos.

### ***Estudio arquitectónico***

“Tour Aventure”, contará con espacios amplios para cada área se aproxima que se comenzara con 7 trabajadores, los escenarios y contenidos se basara en los gustos y las reacciones de nuestro público objetivo.

**Estructura interna del establecimiento**

Ilustración 1. Estructura interna del establecimiento



**Necesidades que satisfacer.**

Ilustración 2. Pirámide de Maslow



Fuente: Google.com

La pirámide de Maslow es una teoría de motivación que trata de explicar que impulsa la conducta humana. La pirámide consta de cinco niveles que están ordenados jerárquicamente según las necesidades humanas que atraviesan todas las personas.  
(Pablo Sevilla Arias)

### **Necesidad de Seguridad.**

La empresa estará mediante protocolos de bioseguridad con respecto a la crisis sanitaria del COVID-19, se llevará a cabo mediante cumplimiento de normas el distanciamiento, utilizar mascarilla, toma de temperatura y el uso de alcohol para desinfección de manos. La seguridad hacia los trabajadores de la empresa, está garantizada velando por su seguridad física y mental.

Además, se certifica la seguridad a la comodidad, tranquilidad, despreocupación, utilidad y confianza al cliente, ofreciéndole un ambiente tranquilo y calmado, atendiendo cada requerimiento con eficacia, para así lograr que el cliente se sienta seguro y cien por ciento confiable.

### **Necesidad Social**

Lo primordial de la empresa es satisfacer la necesidad humana de dar y recibir afecto, brindándoles los principales medios de transportes (avión, hotel, vehículo).

Con el objetivo principal de poner al alcance de un amplio sector de la población, por tener escasos recursos económicos.

La agencia “Tour Aventure” busca establecer una relación cordial con los asesores hacia los clientes manteniendo un trato con amabilidad y profesionalismo para ofrecer un servicio de calidad y eficaz. Mantener un muy buen ambiente con los trabajadores siempre con respeto, responsabilidad e incentivando a la creatividad e innovación, escuchando ideas y sugerencias que ayuden a la empresa a crecer y a su vez fortalecer el trabajo en equipo.

### **Necesidad de Autoestima.**

La necesidad que satisface un viaje es una relajación ya sea física y emocional, ya que el ser humano necesita sentirse descansado, activado para poder realizar sus actividades cotidiana, salir de la rutina ayuda mucho a quitar el estrés, al desarrollo personal de cada cliente.

En los trabajadores se realizará capacitaciones continúa, reuniones cada mes dando motivación al personal de la empresa para su crecimiento cotidiano y así podrán ofrecer atención calificada para obtener éxito tanto personal como empresarial para ser una empresa reconocida y recomendada tanto como provincia y a nivel nacional.

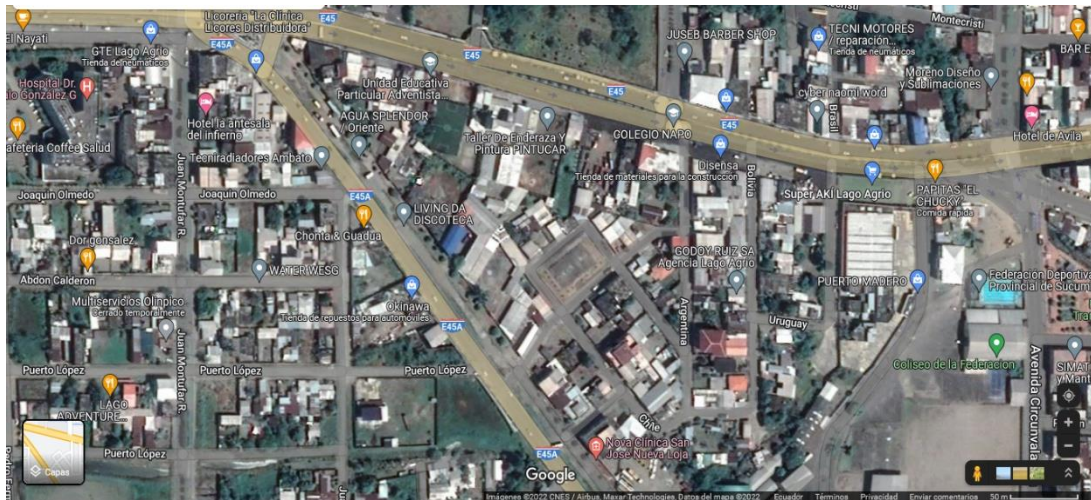
### **Necesidad de Autorrealización.**

“Tour Aventure” motivará a su personal encargado dándole apoyo moral para que se sigan preparando estudiando, aprendiendo con capacitaciones, cursos, talleres tanto profesional como personal.

## Localización de la empresa

“Tour Aventure” estará ubicada en la ciudad de Lago Agrio, provincia de Sucumbíos, Ecuador, calles Av. Monseñor Leonidas Proaño, barrio Milena.

Ilustración 3. Ubicación



*Ubicación donde va hacer la creación de la empresa, google maps 2022*

## Filosofía empresarial

### *Misión.*

Ofrecer un sitio atractivo, personalizado de calidad, confiabilidad con horarios extendidos y muy buen ambiente a nuestros clientes, diseñando viajes únicos y precios accesibles, con un buen personal muy capacitado, logrando superar las expectativas de nuestros clientes y así ventas de cada uno de los servicios prestados.



***Visión.***

Llegar ser la empresa de viajes muy reconocida en nuestra región por la confianza y seguridad a nuestros clientes, presentado innovadores servicios promoviendo un ambiente de buenas relaciones y obteniendo la mayor satisfacción de los clientes.

***Objetivos.***

- Diseñar, organizar y distribuir los servicios turísticos nacionales para las necesidades de los clientes con mayor calidad, efectividad y flexibilidad.
- Brindar capacitaciones a todo el personal de la empresa para una excelente atención a la ciudadanía.
- Incrementar la oferta de destinos y servicios turísticos sostenibles y competitivos en el Ecuador.

***Meta***

Conseguir la satisfacción, la fidelización de los clientes que demandan servicios/productos turísticos de calidad en un tiempo de 6 meses.

***Estrategias.***

- Incrementar presencia en redes sociales.
- Facilitar la contratación de servicios de manera remota.
- Hacer énfasis especial en la seguridad de los clientes.
- Capitalizar oportunidades en el segmento empresarial.

- Aumentar la variedad de destinos.

### **Políticas.**

#### ***La empresa.***

- Brindar cursos de capacitaciones constantes a los trabajadores de la empresa para ofrecer servicio de calidad.
- Proteger y promocionar la salud a su personal de trabajo procurando su integridad física y mental.
- Realizar seguimiento a los clientes con el fin de mantener actualizado, ofrecer promociones.
- Todos los trabajadores tendrán la responsabilidad de cumplir con las normas, procedimientos y demás directrices en seguridad.
- Ofrecer precios accesibles al consumidor contando con todos los productos o servicios que requieran.

#### ***Los trabajadores.***

- Tratar a los clientes con amabilidad y respeto.
- Ser puntuales y responsables, cumplir con los horarios establecidos, metas y tareas establecidos, cuidar su presentación personal.
- Asistir a las capacitaciones y cursos que se brinden en la empresa.
- Cumplir adecuadamente con las tareas que les sean asignadas a cada trabajador.

**FODA.**

F.O.D.A es fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas. Es importante analizar cada uno de estos factores para planificar correctamente el crecimiento de las organizaciones.

***Fortalezas.***

- Calidad de los productos o servicios comercializados.
- Habilidades tecnológicas.
- La imagen corporativa.
- Un equipo de trabajo capacitado y comprometido que está en constante actualización.
- Calidad y valoración de los productos en el mercado.
- Buen ambiente laboral.
- Facilidad al momento de adquirir plan con los distintos medios de pagos.
- Buena calidad de servicio.

***Debilidades.***

- La falta de agencias en la localidad.
- Escasa de inversión tecnológica.
- Disminución de ingresos.
- Desventaja en el mercado por ser una empresa joven y nueva en comparación.

***Amenazas.***

- Cambios en los consumidores y su uso de la tecnología.
- Velocidad del marketing actual.
- Automatización de la publicidad.
- Tecnología que amenaza las actividades.
- Inversión por parte de la competencia.
- La inseguridad ciudadana.
- Desastres naturales.

**Desarrollo organizacional*****Tipo de Estructura.***

En “Tour Aventure” la empresa será de tipo plana u vertical (*Ver ilustración 4*), cada uno de los trabajadores será responsable del área que manejan. Estará estructurada de la siguiente manera dividida por procesos:

- Estratégicos.
- Operacionales.
- Apoyo.

***Procesos Estratégicos***

- ❖ Promover paquetes turísticos o servicios de turismo en los centros educativos, empresas, etc.
- ❖ Se contactará a proveedores de transporte convencional y alojamiento.

- ❖ Promover los servicios o paquetes turísticos por medio de comunicaciones para mayor acceso.

### *Procesos Operacionales*

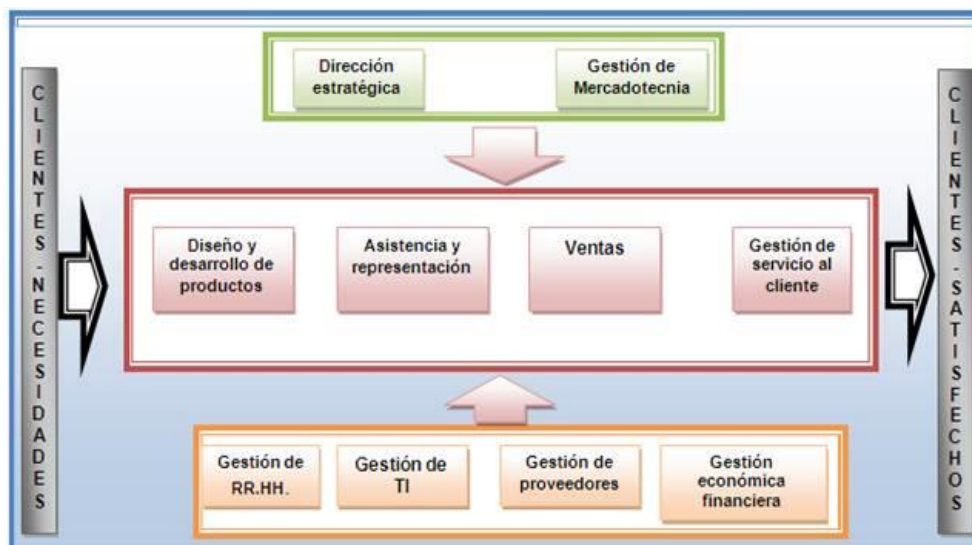
El departamento de operaciones o reservas será el encargado de realizar reservaciones necesarias en hoteles, restaurantes, excursiones turísticas, alquiler de vehículos y demás actividades incluidas dentro del paquete o programa seleccionado por el cliente.

### *Procesos de apoyo*

El área comercial será encargada de organizar y ejecutar las actividades para conocer la demanda y dar a conocer los productos de la agencia.

La gestión de técnica o producción de equipos, elaborara los paquetes turísticos que soliciten los clientes.

Gráfico del mapa de proceso de la empresa, google 2022.



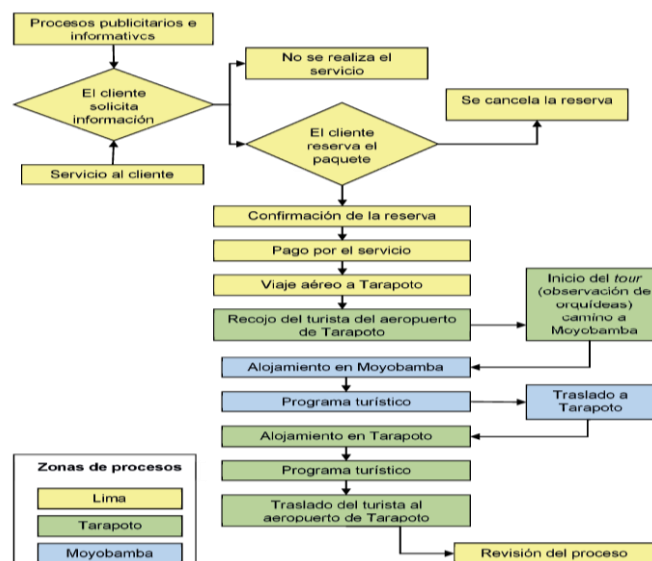
### Formalización.

La empresa estará orientada a procesos, políticas, normas y estrategias basadas en la misión de la misma, cumpliendo leyes y ordenanzas. Debe de estar anclada a la formalización y cumplimiento de todos los requisitos legales para su operación y el correcto funcionamiento de la empresa.

### Centralización – Descentralización.

“Tour Adventure ” centrará sus actividades en la atención al cliente, ofreciendo un servicio de calidad y eficaz. Encaminada que el personal encargado de ventas realice comercializaciones a clientes que deseen un paquete de viaje.

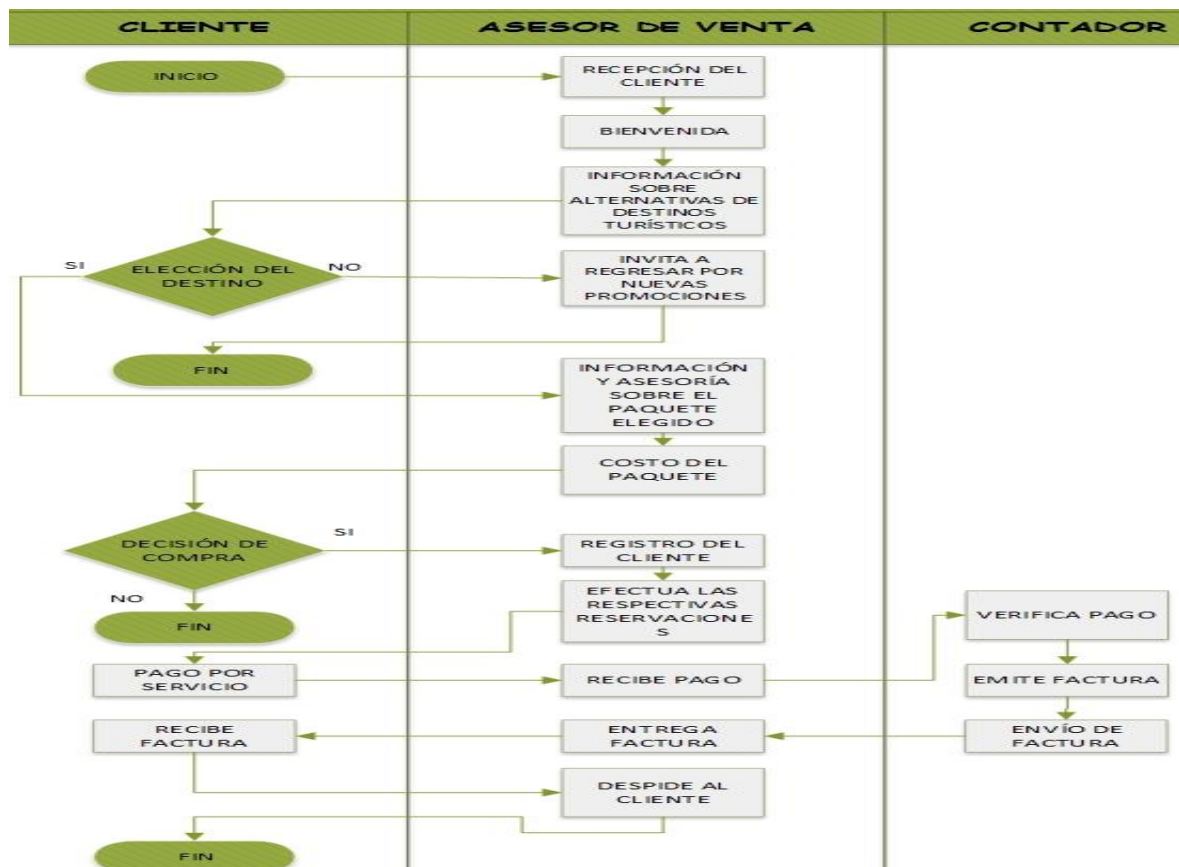
La descentralización se dará en la delegación de funciones y la responsabilidad por áreas, cada trabajador será responsable de su área de trabajo, de cuidar su estación de trabajo y ayudar en la cooperación mediante la participación de todos y cada uno de los trabajadores que conforman la empresa, así ellos se sentirán valorados y apreciados que gozan de un buen ambiente laboral.



## Integración.

La integración organizacional se basará en procesos que cada personal debe desempeñar, ya que se permitirá llevar un control de cada una de las áreas, en las cuales participen todos los miembros de la empresa de manera equitativa e igualitaria (Ver ilustración 5 y 6)

Ilustración 4. Flujo de procesos de la agencia de viaje “Tour Aventure”



En el gráfico se muestra el proceso de la agencia, google 2022.

## Organigrama empresarial

Ilustración 5. Organigrama empresarial “Tour Aventure”

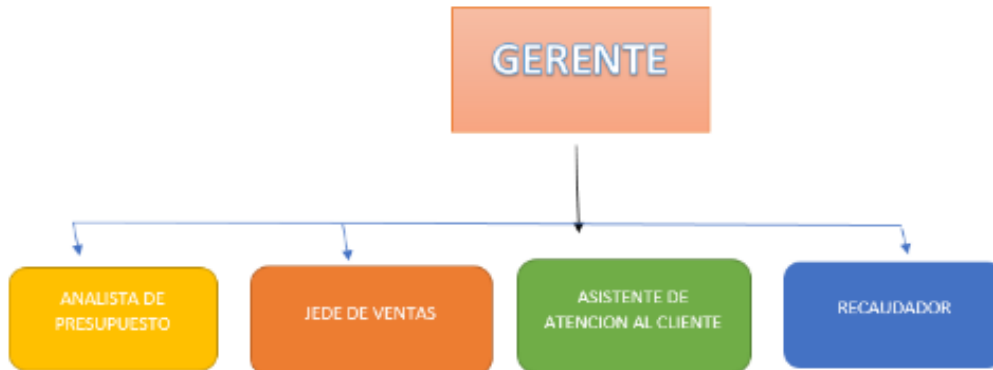


Gráfico de organigrama empresarial como va a estar constituido gerente con sus respectivos empleadores.



## Funciones del personal

### *Detalles generales del puesto de ventas*

<b>Empresa</b>	Tour Aventure
<b>Unidad administrativa</b>	Área administrativa.
<b>Misión del puesto</b>	Negociar las mejores tarifas con los proveedores de transporte y hospedaje. Llevar un óptimo control de viáticos para maximizar el presupuesto. Calendarizar las actividades del empleado para que su viaje sea productivo.
<b>Denominación del puesto</b>	Jefe del departamento de ventas
<b>Rol del puesto</b>	Planificar y supervisar
<b>Remuneración</b>	\$ 750

### **Méritos aspectos a considerar**

Tabla 1. Méritos aspectos a considerar, Jefe de oficina

<b>Instrucción formal</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Competencias del puesto</b>
Ingeniero Comercial Tecnólogo en Administración.	3 años de experiencia en ventas.	Conocimiento y manejo en asesoramiento de ventas. Capacitaciones en todas relacionadas ventas, asesoramientos, etc.	Puntualidad Respeto Liderazgo, Planificación y organización. Trabajo en equipo. Tenacidad. Responsabilidad.

**Elaborado por:** Victoria Camacho

**Detalles generales del puesto**

<b>Empresa</b>	Tour Aventure
<b>Unidad administrativa</b>	Área operacional
<b>Misión del puesto</b>	Promocionar productos o servicios, incrementar la productividad de la empresa.
<b>Denominación del puesto</b>	Analista de presupuesto
<b>Rol del puesto</b>	Realizar el registro de las actividades presupuestarias, analizar la legalidad y pertenencia de las transacciones presupuestarias.
<b>Remuneración</b>	\$ 500

**Méritos aspectos a considerar**

Tabla 2. Méritos aspectos a considerar, Analista de presupuesto

<b>Instrucción formal</b>	<b>Experiencia</b>	<b>Capacitación</b>	<b>Competencias del puesto</b>
Analista de presupuesto	4 años de experiencia en manejo de contabilidad, presupuestos.	Conocimiento y dominio en gestionar programa para la ejecución de recursos. Analizar desviaciones de gastos. Elaboración de informes presupuestarios.	Puntualidad Respeto, Adaptabilidad. Trabajo en equipo, tenacidad. Responsabilidad.

Elaborado por: Victoria Camacho

### Detalles generales del puesto de asistente atención al cliente

**Empresa** Tour Aventure

**Unidad administrativa** Área operacional

**Misión del puesto** Proporcionar a los usuarios información y soporte con relación a los productos o servicios que ofrece la empresa.

**Denominación del puesto** Asistente atención al cliente

**Rol del puesto** Brindar y orientar asistencia a los usuarios para generar oportunidades de ventas en nuevos clientes.

**Remuneración** \$ 425

### Méritos aspectos a considerar

Tabla 3. Méritos aspectos a considerar, asistente atención al cliente.

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller en todas las especialidades.	Al menos 8 meses de experiencia.	Habilidades en atención a servicio al cliente. Manejo de las herramientas de Word, Excel, Google.	Tolerancia. Habilidades de comunicación. Empatía. Capacidad técnica. Adaptabilidad. Destreza y sensibilidad social.

**Elaborado por:** Victoria Camacho

### Detalles generales del puesto de recaudador (cajero)

<b>Empresa</b>	Tour Aventure
<b>Unidad administrativa</b>	Área operacional
<b>Misión del puesto</b>	Recaudar valores provenientes de las ventas, y llevar el control de lo recaudado.
<b>Denominación del puesto</b>	Recaudador
<b>Rol del puesto</b>	Procesar las transacciones de venta durante el día, custodiar el dinero en efectivo, recaudar la cancelación de pagos que correspondan.
<b>Remuneración</b>	\$ 425

### Méritos aspectos a considerar

Tabla 4. Méritos aspectos a considerar recaudador

Instrucción formal	Experiencia	Capacitación	Competencias del puesto
Bachiller en contabilidad.	Al menos 1 año de experiencia.	Técnicas para el manejo de una registradora. Programas de software para el sistema informático de cobro.	Responsabilidad. Organización. Buena comunicación. Capacidad para trabajar en equipo.

Elaborado por: Victoria Camacho

### **3 PROCESO DE INVESTIGACIÓN DE MERCADOS Y MARKETING**

#### **Objetivo de mercadotecnia**

Tour Aventure está en relación a estudiantes de bachiller, universitarios, ejecutivos, e incluso para extranjeros que deseen conocer los lugares turísticos que tiene nuestra localidad.

El mercado turistas se encuentra en constante evolución, permitiendo que la empresa se afiance en el tiempo fomentando que cada vez sea más el número de turistas que visitan.

#### **Investigación de mercado**

Tour Aventure realizando una investigación de mercado se descubre que hay varias necesidades en un número importante de turistas que gustan de la naturaleza, clima, culturas, esto hace que surjan oportunidades de contratar oferta hotelera, guía completa de rutas, destinos, movilización, historias, paisajes, etc.

#### **Modalidad.**

La recolección de datos se realizó de forma Online se realizó a 100 personas de forma aleatoria.

### Plan de Muestreo

Por la emergencia sanitaria por el (COVID 19) se realizó encuestas vía Online, se tomó como sujetos de estudio a personas de distintas edades, hombres y mujeres.

La empresa va dirigido a las personas que comparten entre amigos y familia cada fin de semana o cada vez que tienen sus vacaciones anuales.

Para discriminar el número total de encuestas a realizar se aplicó la siguiente fórmula:

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

Dónde:

N= Población segmentada

Z= Nivel de confianza 95% (1.96)

P= Proporción de defectos esperados 50% (0.5)

Q= Probabilidad negativa 50% (0.5)

e= Error de estimación 5% (0.05)

n= tamaño de la muestra

$$n = \frac{135 * (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (100 - 1) + (1,96)^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{96,04}{0,96}$$

$$n = 100$$

A través de la fórmula realizada se determina que se debe trabajar con una muestra total de 100 personas

## Análisis de las encuestas

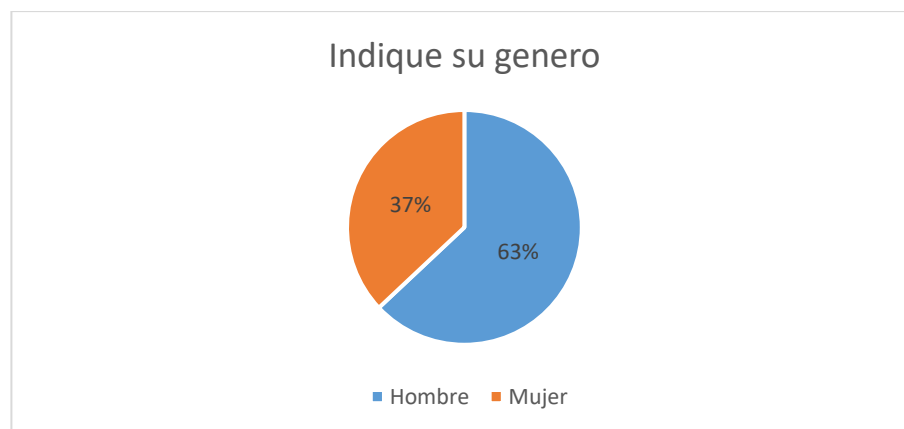
### Pregunta 1.

Tabla 5. Pregunta 1 Indique su género

RESPUESTA	CANTIDAD	
Masculino	63	63%
Femenino	37	37%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

En la tabla se muestra la respuesta total de entre masculino y femenino.

Ilustración 6 Pregunta 1, barra circular



El gráfico representa cual es el porcentaje de cada género.

**Análisis:** Entre las personas encuestadas la mayoría son mujeres, se puede decir que hay más aceptación por parte de ellas.

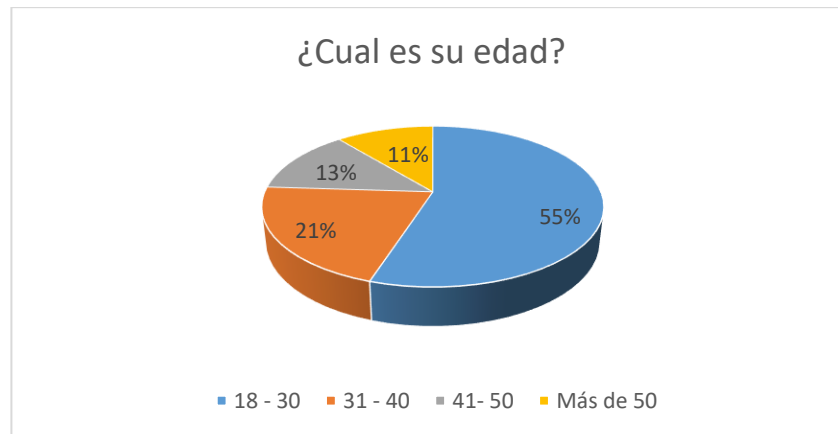
## Pregunta 2.

Tabla 6. Pregunta 2. ¿Cuál es su edad?

RESPUESTA	CANTIDAD	PORCENTAJE
18 - 30	55	55%
31 - 40	21	21%
41- 50	13	13%
Más de 50	11	11%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Esta tabla representa el rango de edades que fueron encuestadas.*

Ilustración 9. Pregunta 2, gráfico circular.



*El porcentaje de cada edad donde se da un resultado con el 55% de jóvenes entre 18 a 30 años que respondieron la encuesta.*

**Análisis:** De los 100 encuestados el 55% son jóvenes entre los 18 y 30 años de edad. Esto manifiesta que son más personas jóvenes que respondieron y están interesados



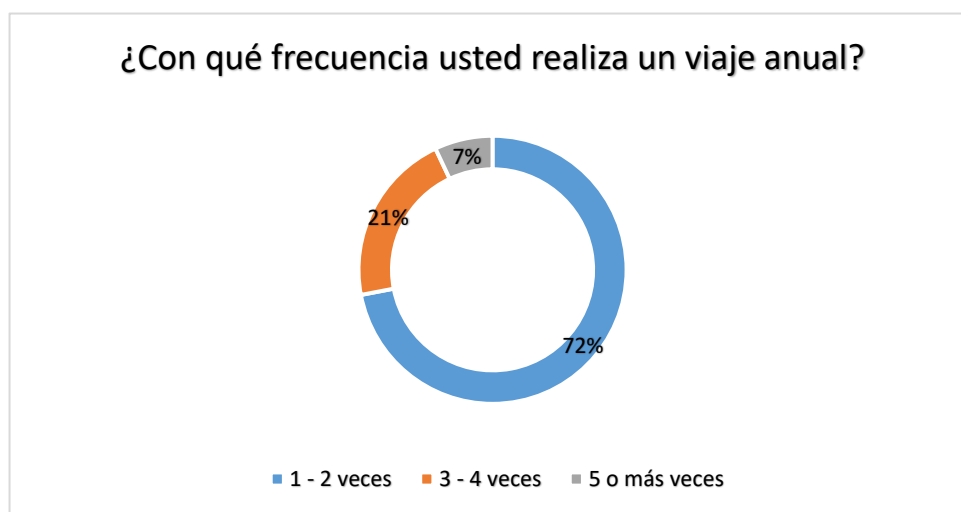
### Pregunta 3.

Tabla 7. *Pregunta 3* ¿Con qué frecuencia usted realiza un viaje anual?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
1 - 2 veces	72	72%
3 - 4 veces	21	21%
5 o más veces	7	7%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Las veces que realizan viajes anuales.*

Ilustración 10. *Pregunta 3*, gráfico circular.



**A**

Victoria, C. (2022). Pregunta 3, gráfico circular. *Lago Agrio*.

**Análisis:** De los 100 encuestados en su gran mayoría realizan sus viajes entre 1 a 2 veces al año, cuando 5 o más veces está en el último lugar, lo que se debería es promocional al máximo la empresa para que la ciudadanía realice más viajes seguidos.

#### Pregunta 4.

Tabla 8. Pregunta 4 ¿Le gustaría a usted que la agencia ofrezca paquetes de viajes económicos?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Si	100	100%
No	0	0%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Esta más que claro que las personas desean que la agencia de viaje ofrezca paquetes de viajes económicos, con problemas económicos que atraviesa el país.*

Ilustración 7 Pregunta 3, gráfico circular.



Victoria, C. (2022). Pregunta 4, gráfico circular. Lago Agrio.

**Análisis:** De los 100 encuestados el 100% quiere que la agencia tenga paquetes de viajes económicos, ya que el país está bajo la economía por lo que la ciudadanía desea lo más económico.

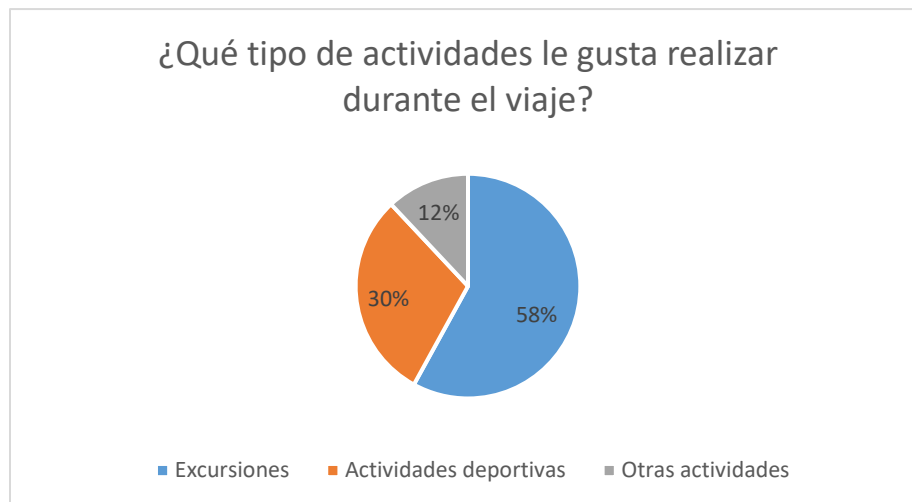
### Pregunta 5.

Tabla 9. Pregunta 5 ¿Qué tipo de actividades le gusta realizar durante el viaje?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Excursiones	58	58%
Actividades deportivas	30	30%
Otras actividades	12	12%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Las personas en sus viajes aprovecharían realizando excursiones que otras actividades.*

Ilustración 12. Pregunta 5, gráfico circular.



*Victoria, C. (2022). Pregunta 5, gráfico circular. Lago Agrio.*

**Análisis:** De los 100 encuestados el 58% desea realizar excursiones ya que es el deporte que más les guste o sean arriesgados a que realizar actividades deportivas.

### Pregunta 6.

Tabla 10. Pregunta 6 ¿Estaría de acuerdo que en su ciudad exista una agencia de viaje?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
SI	78	78%
NO	22	22%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Si están de acuerdo que, en la ciudad de Nueva Loja, exista una agencia de viaje.

Ilustración 13. Pregunta 6, gráfico circular.



Victoria, C. (2022). Pregunta 6, gráfico circular. Lago Agrio.

**Análisis:** De los 100 encuestados en su gran mayoría si quiere que en su ciudad exista una empresa de viaje, son personas que les apasionan viajar por eso es que decidieron por el SI.

### Pregunta 7.

Tabla 11. *Pregunta 7* ¿Mediante qué medio le gustaría saber de nuestros servicios que ofrecerá la empresa?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Volantes	11	11%
Vallas publicitarias	7	7%
Redes sociales	62	62%
Televisión	20	20%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*Hoy en día las redes sociales es número uno a nivel mundial donde todas las personas aprovechan en navegar y es donde mas se informan de cualquier novedad.*

Ilustración 14. *Pregunta 7, gráfico circular.*



*Victoria, C. (2022). Pregunta 7, gráfico circular. Lago Agrio.*

**Análisis:** De los 100 encuestados un 62% prefiere las redes sociales ya que es un fenómeno mundial que ha revolucionado de manera positiva en la gente ya que se mantienen enterada y comunicada de diferentes sucesos de interés.

### Pregunta 8.

Tabla 12. Pregunta 8 ¿Antes de viajar prefiere?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Que me lo den todo organizado desde una agencia	63	63%
Encargarme todo personalmente	20	20%
Que solo me organicen el hotel y transporte	12	12%
Me es totalmente indiferente	5	5%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

*La mayoría de la gente prefiere que la agencia de viaje se encargue totalmente de todo la organización.*

Ilustración 15. Pregunta 8, gráfico circular.



Victoria, C. (2022). Pregunta 8, gráfico circular. Lago Agrio.

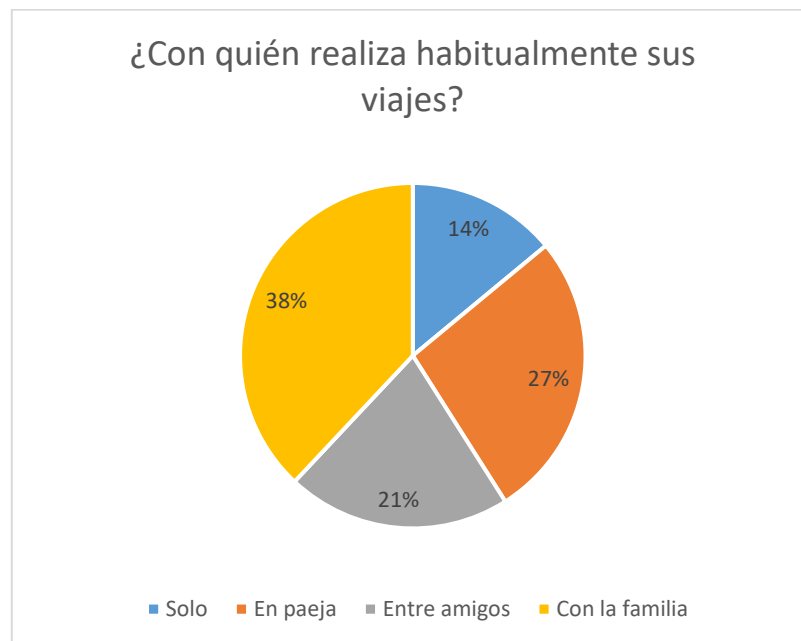
**Análisis:** De todos los encuestados en su gran mayoría prefieren que una agencia les organice su viaje ya que la mayoría son personas ocupadas y no tienen tiempo de poder planificar sus paseos.

### Pregunta 9.

Tabla 13. Pregunta 9 ¿Con quién realiza habitualmente sus viajes?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Solo	14	14%
En pareja	27	27%
Entre amigos	21	21%
Con la familia	38	38%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Ilustración16. Pregunta 9, gráfico circular.



Victoria, C. (2022). Pregunta 9, gráfico circular. Lago Agrio.

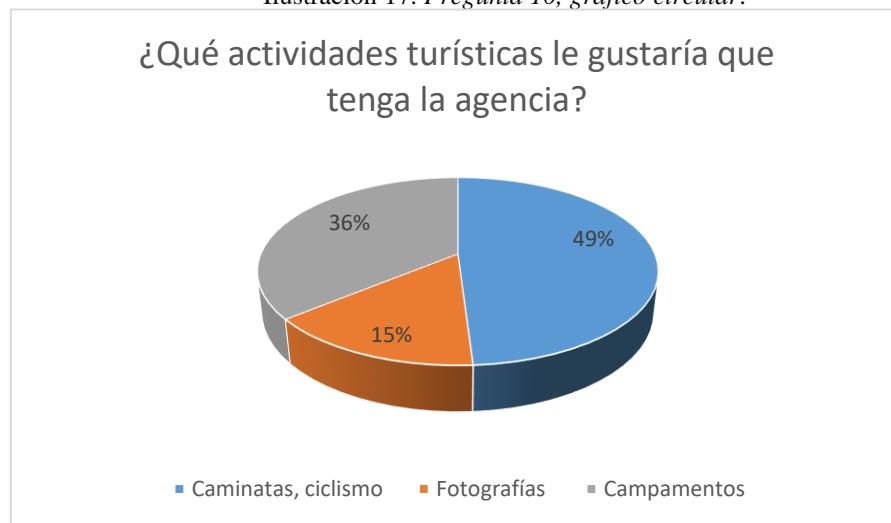
**Análisis:** El 38% de la ciudadanía prefieren viajar en familia disfrutar más tiempo juntos salir de la rutina diaria.

### Pregunta 10.

Tabla 14. Pregunta 10 ¿Qué actividades turísticas le gustaría que tenga la agencia?

RESPUESTA	CANTIDAD	%
Caminatas, ciclismo	49	49%
Fotografías	15	15%
Campamentos	36	36%
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Ilustración 17. Pregunta 10, gráfico circular.



Victoria, C. (2022). Pregunta 10, gráfico circular. Lago Agrio.

**Análisis:** A parte de excursiones también en sus viajes les gustaría realizar actividades como caminatas, ciclismos.



**Análisis General.**

Durante el proceso de las encuestas se concluye que la gran mayoría con un 78% si aceptaría la empresa dentro de la ciudad, también el 100% de los encuestados les gustaría que existan paquetes de viaje económicos para así poder disfrutar con su familia.

Por otro lado, hay que recalcar que analizando las encuestas se concluyó que ahora las redes sociales es un fenómeno en el mundo de la publicidad, tienen una alta capacidad para manejar redes sociales, estas personas pasan en sus celulares revisando sus redes sociales. Por eso es importante para Tour Aventura manejar una interesante publicidad mediante estos medios, y así con eso poder llegar a los clientes y dar a conocer la marca para que sea reconocida y suba en la competencia regional.

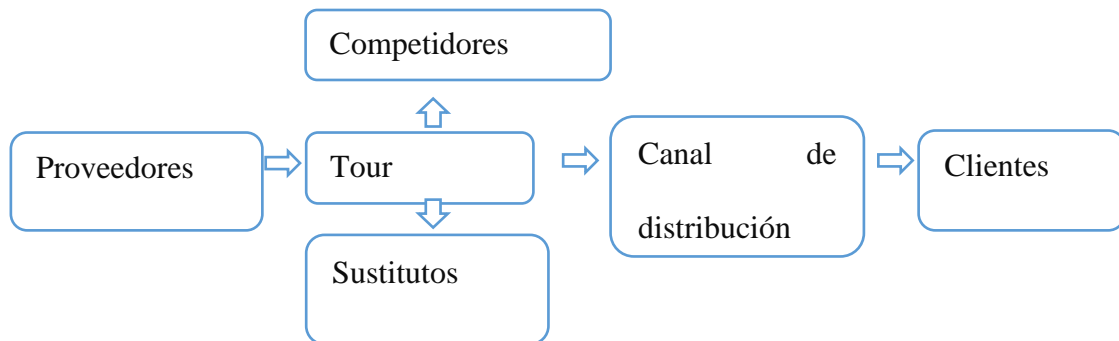
Se puede observar que la gran mayoría de personas encuestadas también les gustaría que las agencias les planifiquen sus viajes y la empresa ayudara al ahorro y beneficio del cliente, por eso los precios serán accesible al alcance de las personas.

En conclusión, la agencia de viaje tiene una aceptación positiva para la ciudad.

## Entorno empresarial

### *Microentorno.*

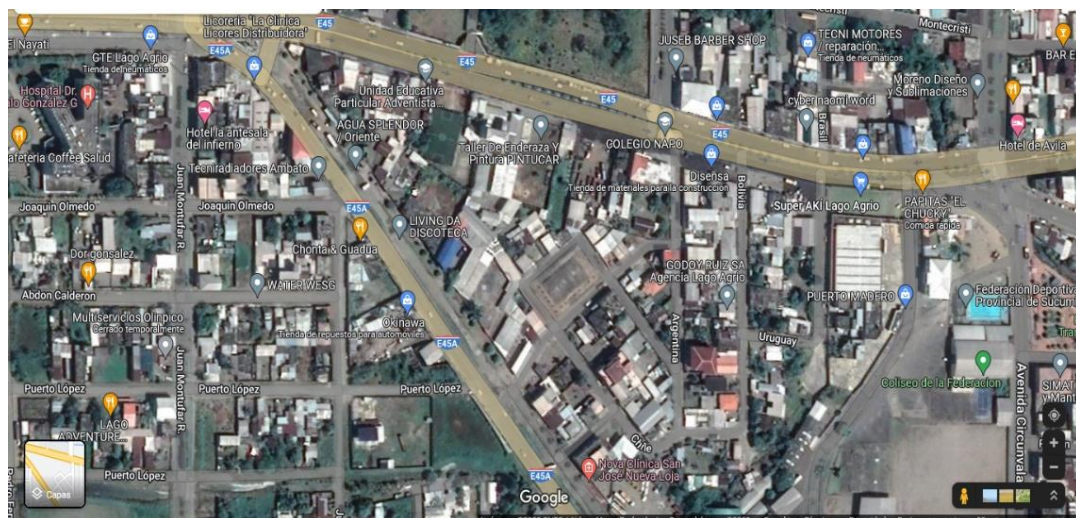
Ilustración 8 Microentorno de Tour aventura



Camacho, V. (2022). *Esquema microentorno Tour Aventura*. Lago Agrio.

Tour Aventure considera su microentorno a todo aquello que le rodea sobre lo cual hay un control efectivo.

Ilustración 9 Ubicación.



Google maps, 2022

- **Competencia directa.**

Luego de realizar un recorrido en el sector donde se va a ubicar Tour Aventure, se encontró un establecimiento parecido con la diferencia que es una agencia de excursiones que realizan el mismo día.

En las calles Lauro Guerrero y Abdón Calderón es donde está ubicada esta empresa.

- **Competencia indirecta.**

Puedo decir que en la ciudad de Lago Agrio no existen agencias de viajes que brindan los mismos servicios que Tour Aventure.

- **Sustitutos.**

Después de recorrer el sector no se encontró un solo sustituto, pero no descartar que a lo largo del tiempo existan agencias de viajes.

### **Proveedores.**

Tener en cuenta la calidad del servicio que va a ofrecer los hoteles, transportes, los guías turísticos, alquiler de autos, empresas aseguradoras de viajeros, que sean proveedores reconocidos y de confianza.

Tabla 15. *Proveedores*

<b>Tabla de proveedores</b>		
<b>Materia prima</b>		
<b>Proveedor</b>	<b>Fiabilidad y beneficios</b>	<b>Producto</b>
Auto Cars	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carros en buen mantenimiento.</li> <li>• Varios años de experiencia en el mercado</li> <li>• Facilidades de pago (crédito)</li> </ul>	Carros livianos.
Hotel 5 estrellas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Servicios de hospedajes,</li> <li>• Muy reconocido en la industria.</li> </ul>	Servicios de hospedajes.
Excursi Tours	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Excelente servicio.</li> <li>• Responsables</li> </ul>	Actividades de excursiones.
Security	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Seguridad</li> <li>• Facilidad de pago</li> </ul>	Servicios de seguridad a viajeros

Camacho, V. (2022). *Proveedores*. Ecuador.

- **Intermediarios.**

Tour Aventure ofrecerá sus servicios de intermediarios para realizar esta actividad.

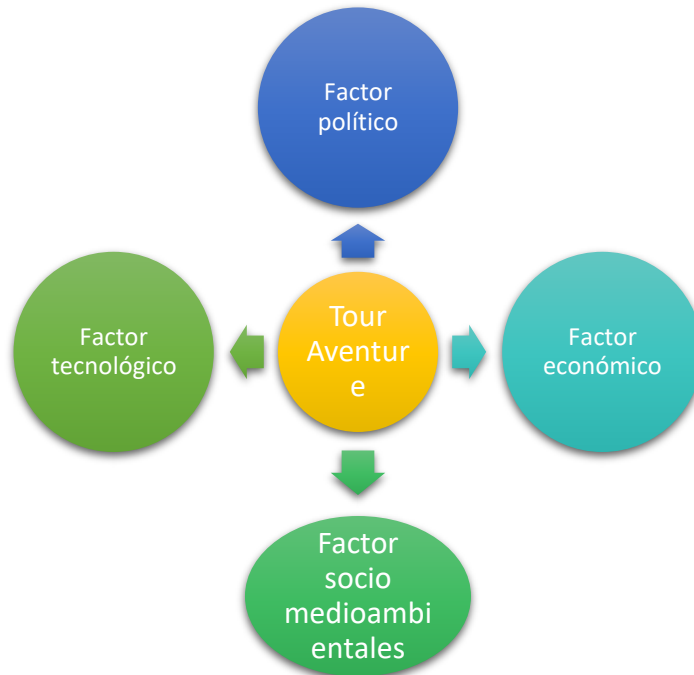
- **Clientes.**

Tour Aventure es una empresa dirigida a familias, estudiantes y grupos de amigos que deseen realizar viajes conocer cualquier lugar del país.

## Macroentorno

Son aquellos factores sobre los que Tour Aventure que van a influir en el no.

Ilustración 10 Esquema macroentorno Tour Aventure.



Camacho, V. (2022). *Esquema macroentorno Tour Aventure*. Lago Agrio.

- **Factor Político.**

Esta política construida en conjunto entre el Ministerio de Turismo, tienen como objetivo incrementar la oferta de destinos y servicios turísticos sostenibles y competitivos en el Ecuador.

Rigen el cómo debe de ser un destino, al paso del tiempo esas líneas dirán como trabajar, como crecer, hacia donde enfocar y mirar.

- **Factor Económico.**

En la actualidad el Ecuador está viviendo un declive económico debido a la resiente pandemia que azotó el mundo, en los cuales el sector turístico fue el más afectado, ya que debido a la emergencia sanitaria varias empresas tuvieron que cerrar definitivamente, esto causo el despido masivo de un centenar de personas.

La agencia de Tour Aventure ofrecerá un servicio que requiere que el usuario tenga un cierto nivel económico o haya estado ahorrando durante un tiempo para poder adquirir el servicio.

- **Factor Sociocultural.**

En cuanto a este factor Tour Aventure ofrecerá servicios con proveedores propia del Ecuador.

Los impactos sociales del turismo se han desarrollado como los cambios en la calidad de vida de los residentes de destinos turísticos como consecuencia de esta actividad. (Wall & Mathieson, 2006)

- **Factor Tecnológico.**

Hace unos años, los usuarios que deseaban irse de vacaciones tenían que dirigirse a una agencia de viajes o emplear gran parte de su tiempo en buscar guías de alojamientos, rutas, etc. Para encontrar unas adecuadas vacaciones que se adecuaran a sus necesidades.

Actualmente cualquier usuario que tenga acceso a internet, ya sea con un ordenador o mediante un dispositivo móvil, pueden reservar casi todos los aspectos

de sus vacaciones fácilmente. Hoy en día las aerolíneas tienen su propia página web incluso aplicación móvil, en la que se puede contratar sus servicios.

### ***Producto y servicio***

Tour Aventure es una empresa que se dedicara a ofrecer distintos servicios como es alojamientos, transportación, alimentos, traslado, rentas de autos, paquetes turísticos entre otros servicios.

### ***Producto Esencial.***

Hoy en día los ciudadanos no buscan solo satisfacer la necesidad fisiológica, sino que las personas desean cumplir sus sueños de conocer lugares exóticos, culturas nuevas, etc.

Tour Aventure ofrecerá servicios en un buen ambiente para que cada cliente se sienta agradable, seguro de confiar de los productos que ofrece la empresa.

### ***Producto real.***

Tour Aventure ofrece una gran variedad de productos entre los que se pueden encontrar:

- Traslados, el viajero no está del todo familiarizado con el destino visitado, es imprescindible contar con información referente a los traslados dentro de él. El traslado está incluido dentro de la ciudad.
- Excursiones, son comercializados a un precio fijo y normalmente incluyen el traslado, hospedaje, comidas y visitas a atractivos turísticos.

- Paquetes turísticos, conjunto de dos o más servicios turísticos demandados por el cliente. Puede ser traslado + hospedaje, comidas + atracciones turísticas, visitas de ciudad + hospedaje, etc.
- Guía turistas, personal con conocimiento profesional de dos o más idiomas, así como de lugares turísticos servicios que se integran a las excursiones, circuitos turísticos, etc.

### ***Características.***

Para la elaboración de cada servicio se crea con innovación, creación y compromiso de cada uno de los empleados de la empresa. En atención al usuario, a la disposición de los clientes con el fin de satisfacer sus necesidades y dudas durante su visita al establecimiento brindarle toda la información de las variedades de servicios que ofrecerá la empresa, con el fin de brindar a los clientes un servicio de primera.

### ***Calidad.***

Conocer los principios básicos de atención y calidad del servicio al cliente es fundamental para garantizar la calidad del servicio en el sector turístico, en los que se toma en cuenta indicadores de calidad tales como:

- Buena presencia del personal en contacto.
- Formación del personal.
- Honestidad Comercial.
- Puntualidad.
- Amabilidad del personal.



- Estado de los vehículos.
- Tipos y medios de contaminación de alimentos.

### ***Estilo.***

Tour Aventure maneja un estilo deportivo, tratando de fusionar a la comida rápida con la recreación, el local tendrá una temática deportiva, así como los nombres de los platos, en cuanto al producto en sí, la presentación será llamativa en base al deporte, mostrando con esto una manera diferente de ver y disfrutar la comida El tipo de servicio que se ofrecerá es “americano” o “empatado”, por lo tanto, se sirven los alimentos ya dispuestos en el plato directamente en la mesa.

### ***Marca.***

El nombre de la marca significa, Tour que hace referencia a viajes, excursiones que tendrá de recorrido en la empresa y aventure hace referencia a disfrutar a experimentar una nueva y novedosa aventura al momento de adquirir los servicios.

### ***Producto aumentado.***

Lo que diferencia Tour Aventure que es la primera agencia a nivel local que va a existir donde se va a brindar variedades de servicios de viajes, excursiones, renta de autos, hospedaje, etc.

Tendrá la oportunidad de divertirse en cada viaje que realicen, conocer culturas probar comidas típicas, disfrutar en familia desconectarse del mundo salir de la rutina que día a día viven.

## Plan de introducción al mercado

### *Distintivos y Uniformes*

#### **Atención al Cliente.**

El personal de atención al cliente usará el uniforme proporcionado por el establecimiento, dichos uniformes constarán de:

Ilustración 21. Diseño uniforme atención al cliente

#### ➤ **Atención al Cliente.**

- \* Camisa mangas corta y larga color verde claro.
- \* Falda hasta la rodilla color café y pantalón color café.
- \* Zapatos de tacos color crema.
- \* Media Nylon larga color claro.



Google.com Diseño atención al cliente.

- **Jefes de áreas.**

- \* Camisa polo color verde oscuro.
- \* Pantalón color negro.
- \* Correa color negro.
- \* Zapato a su elección.

*Ilustración 22. Diseño uniforme para jefes de áreas.*



Google.com Diseño uniforme para jefes de áreas.

## Materiales de identificación.

### *Imagotipo.*

*Ilustración 23. Imagotipo Tour Aventure.*



Camacho, V. (2022).

#### Elementos a destacar:

- El mundo representa uno de los principales comercios internacionales y lo que va a disfrutar recorriendo por todos los lugares.
- El avión en representación de la empresa que se dedicara a ofrecer servicios de viajes.
- El logotipo del establecimiento “Tour Aventure”
- Los colores usados:
  - \* Color verde oscuro que es la figura del planeta y el avión.
  - \* Color verde claro las letras del logotipo.
- El Isotipo es claro en resaltar la relación entre el planeta y avión la temática deportiva, donde destacan recorrer todos los lugares y en avión.

## Tarjetas de presentación.

Ilustración 24. anverso tarjeta de presentación



Camacho.V. (2022). Anverso tarjeta de presentación. Lago

En el reverso hay datos de contacto, en este caso, del gerente propietario, se observa también las páginas de redes sociales, dirección del establecimiento y se pueden observar elementos como el logotipo de la empresa.

Ilustración 25. reverso tarjeta de presentación

Ilustración 11 Reverso de hoja membretada

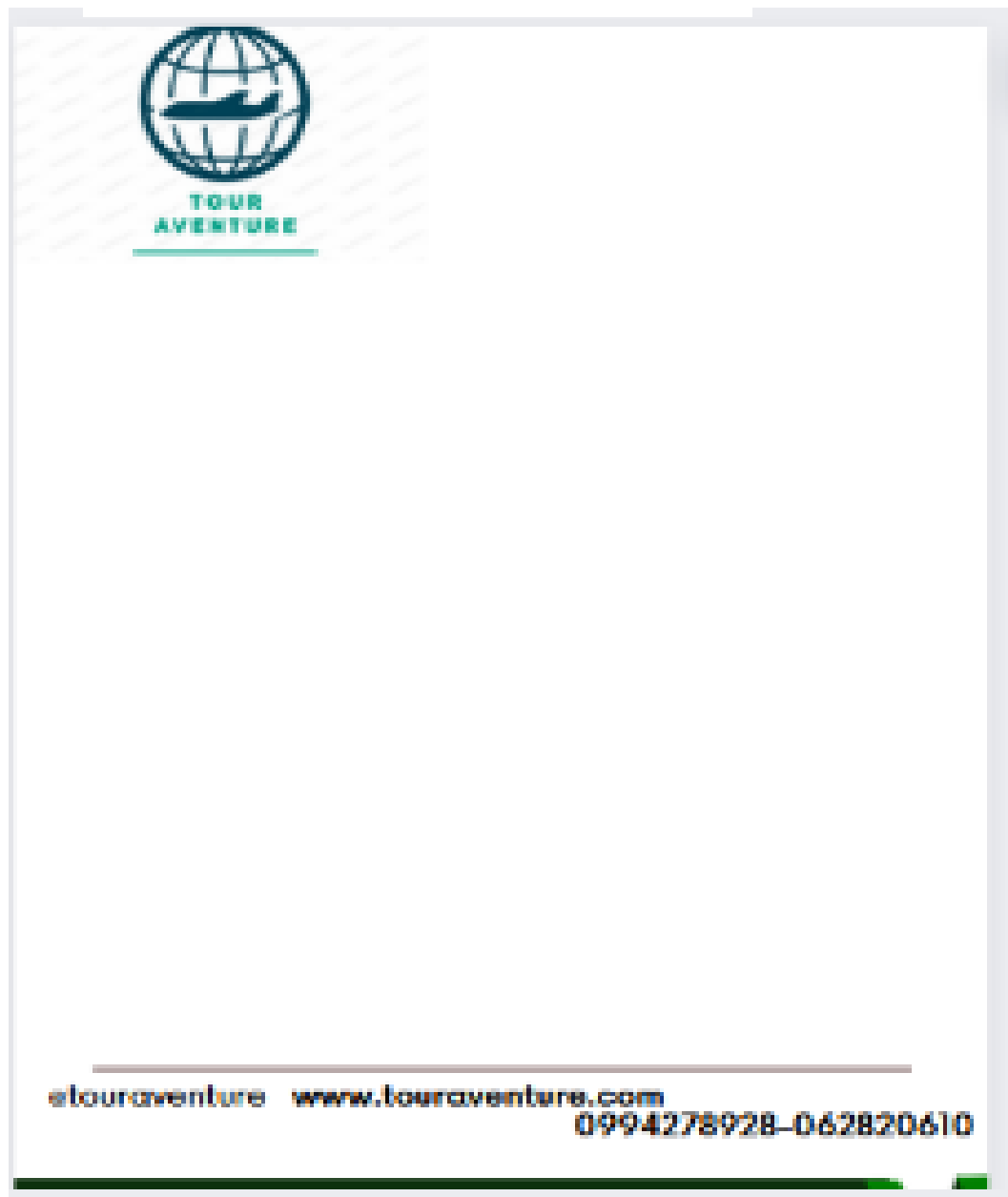


Camacho.V. (2022). Reverso tarjeta de presentación. Lago Agrio.

***Hoja membretada.***

Otro elemento de la identidad de la empresa será la papelería, esto servirá para usar en asuntos como oficios, cartas y declaraciones formales a empresas o socios, para ello se ha elaborado una hoja membretada presentada a continuación:

Ilustración26. Hoja membretada



### *Canal de distribución y puntos de ventas*

El canal de distribución y punto de venta físico de Tour Aventure es su establecimiento ubicado en la ciudad de Lago Agrio, en las calles Av. Monseñor Leónidas Proaño y Canadá.

- **Promoción.**
  - El principal canal de promoción serán las redes sociales Facebook y WhatsApp.
  - Otro canal de promoción serán las volantes pegados en establecimientos como instituciones educativas, instituciones públicas, instituciones privadas, entre otros.
  - Una vez la empresa esté mejor posicionada en el mercado, se optará por medios de promoción tradicionales como prensa escrita, radio o vallas publicitarias.
- **Contacto.**
  - Tarjetas de presentación.
  - E-mail.
  - WhatsApp.
  - Facebook.
- **Correspondencia.**
  - A través de mail corporativo.
- **Negociación.**
  - \* Directa en el establecimiento con cita previa.
  - \* Vía telefónica.

Tabla 16 Financiamiento publicidad

Tarjetas de presentación	100 unidades	\$5,50
Publicidad Facebook	3 veces por mes	\$10.00
<b>TOTAL</b>		<b>\$15,50</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>		<b>\$186.00</b>

Camacho. V. (2022). Financiamiento publicidad. Lago Agrio.

### **Riesgo y oportunidades del negocio**

El riesgo más importante que actualmente enfrenta, no solo Tour Aventure, sino también todo establecimiento turístico y demás empresas o negocios, es la emergencia sanitaria nacional a causa del COVID 19. Todo establecimiento debe cumplir con las medidas necesarias de bioseguridad.

### **Fijación de Precios**

#### *Fijación de precios por viaje.*

Se toma en cuenta el costo por cada viaje de los servicios que ofrece la empresa ya sea por cada persona o en familia. A este valor se le van a sumar porcentajes de diversos factores que intervienen en el momento de brindar servicio, por ejemplo:

- Imprevistos.
- Mano de obra.
- Gastos de fabricación (referente a servicios básicos).
- Gastos administrativos.
- Utilidad.
- IVA.

A continuación, se presentan los costos de 3 servicios de la empresa:



- Rentas de autos.
- Paquetes turísticos.
- Excursiones.

- **Rentas de autos.**

**Tipos de vehículos**

\*Personal

\*Ejecutivo

\*Operativo

*Ilustración 12 Vehículos*



Camacho.V (2022). Autos diferentes, Lago Agrio.

Ilustración 13 Iglesia Basílica, Quito



- **Paquetes turísticos.**

Viaje a Quito

En el viaje incluye:

- \*Alimento
- \*Hospedaje
- \*Transporte

Tabla 17 Paquete turístico 3 días - dos noches

<b>COSTO DE PAQUETES POR PERSONA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
TRANSPORTE POR 3 DÍAS	\$45,00
ALOJAMIENTO POR 2 NOCHES	\$30,00
ALIMENTO POR 3 DÍAS DESAYUNO, ALMUERZO Y CENA	\$25,00
SUBTOTAL	\$100,00
UTILIDAD 60%	\$60,00
<b>TOTAL</b>	<b>\$160,00</b>

Tabla 18 Guaranda



## GUARANDA

En el viaje incluye:

- \*Alimento
- \*Hospedaje
- \*Transporte

Tabla 19 Paquete por persona

<b>COSTO DE PAQUETE POR PERSONA</b>	
<b>DETALLE</b>	<b>VALOR</b>
TRANSPORTE POR 2 DÍAS	\$30,00
ALOJAMIENTO POR 1 NOCHE	\$20,00
ALIMENTO POR 2 DÍAS DESAYUNO, ALMUERZO Y CENA	\$16,00
SUBTOTAL	\$66,00
UTILIDAD 60%	\$39,60
<b>TOTAL</b>	<b>\$105,60</b>

## Implementación del negocio

### *Arriendo del local.*

Tabla 20 Arriendo del local.

ARRIENDO DEL LOCAL		
Pago Mensual	Pago Semestral	Pago Anual
\$200	\$1200	\$2400

Camacho, V (2022). Arriendo del local.

### *Equipos de computación.*

Tabla 21 18. Equipos de computación

EQUIPOS DE COMPUTACIÓN			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Laptop HP Core I5	2	\$350.00	\$700.00
Computadoras de escritorios HP	4	\$325.00	\$1300.00
Impresora EPSON L396	1	\$210.00	\$210.00
<b>TOTAL</b>			<b>\$2210.00</b>

Camacho, V (2022). Equipos de computación.

### *Muebles y enseres.*

Tabla 22 Muebles y enseres

MUEBLES Y ENSERES			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	V. UNITARIO	V. TOTAL
Sillas de oficina	6	\$50,00	\$300,00
Escritorios de oficina	6	\$125,00	\$750,00
Sofá para la sala de espera	2	\$195,00	\$390,00
Estantería metálica	4	\$60.00	\$240.00
Archivadores de oficina	3	\$65.00	\$195,00
Casilleros de metal	2	\$55,00	\$110,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$1985,00</b>

Camacho, V (2022). Muebles y enseres.

*Equipos industriales de seguridad.*

Tabla 23 Equipos industriales de seguridad.

<b>EQUIPOS INDUSTRIALES DE SEGURIDAD</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Extintor (polvo seco) 10 Lb	3	\$15.00	\$45.00
Bomba de mano desinfectante	2	\$10.00	\$20.00
Rótulos de señalética (baño, salida, normas de bioseguridad, extintor, aforo)	4	\$3.00	\$12.00
<b>TOTAL</b>			\$77,00

Camacho .VEquipos industriales de seguridad.

*Suministros de oficina.*

Tabla 24 Suministros de oficina.

<b>SUMINISTROS DE OFICINA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Papel bond	5	\$2,50	\$12,50
Grapadora	2	\$3,00	\$6,00
Grapas (caja)	5	\$1.50	\$7,50
Caja de resaltadores por docena	1	\$6,00	\$6,00
Caja de esferos BIC (rojo, azul, negro)	2	\$7,50	\$15,00
Perforadora	3	\$3.00	\$9.00
Libreta	3	\$1,10	\$3,30
Carpeta de cartón	10	\$0.35	\$3,50
Tijera	3	\$0.75	\$2,25
Caja de lápices Bic	2	\$2,25	\$4,50
Borradores	5	\$0,25	\$1,25
<b>TOTAL</b>			\$70,80
<b>TOTAL ANUAL</b>			\$849.60

Camacho. V. (2022). Suministros de oficina. Lago

*Servicios básicos.*

Tabla 25 Servicios básicos

<b>SERVICIOS BÁSICOS</b>	
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>Pago Mensual</b>
Agua	\$5.60
Luz	\$18.00
Teléfono	\$6.20
Internet	\$16.00
<b>TOTAL</b>	<b>\$45.80</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>	<b>\$549.60</b>

Camacho, V. (2022). Servicios básicos. Lago Agrio.

*Materiales de limpieza*

Tabla 26 Materiales de limpieza

<b>MATERIALES DE LIMPIEZA</b>			
<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>CANTIDAD</b>	<b>V. UNITARIO</b>	<b>V. TOTAL</b>
Escoba de cerda pequeña	1	\$2.50	\$2.50
Trapeador	1	\$3.75	\$3.75
Cloro 1 Gal	1	\$4,00	\$4,00
Desinfectante amonio cuaternario 1 Gal	1	\$7,00	\$7,00
Fundas basura industriales (10 unidades)	2	\$1,50	\$3,00
Jabón líquido manos 1 Gal	1	\$4,25	\$4,25
Papel higiénico de 12 unidades	2	\$5,25	\$10,50
Toalla de papel	2	\$2,25	\$4,50
Alcohol antiséptico gel 1 Gal	2	\$7.00	\$14,00
<b>TOTAL</b>			<b>\$53,50</b>
<b>TOTAL ANUAL</b>			<b>\$642,00</b>

Camacho, V. (2022). Materiales de limpieza. Lago

### **Estudio arquitectónico**

Se toma en cuenta para el diseño del establecimiento la capacidad instalada, el número de trabajadores que va a tener la empresa y el aforo que se manejará (10 personas). En atención al cliente, se ha considerado el espacio que necesitarán las personas que se acerquen a los cubículos de atención al cliente es donde va a ver más amplitud para la cantidad de personas que van a consultar.

### ***Estructura interna del establecimiento.***

Ilustración 14 Estructura del establecimiento.



#### **4. PROCESO DERECHO EMPRESARIAL**

Con el fin de agregar formalidad de la empresa, se realizaron los trámites y permisos pertinentes.

- **Servicio de Rentas Internas / SRI**

Para legalizar la empresa “Tour Aventure” y tener permiso del SRI se debe tener los siguientes documentos

- Cédula de identidad (Presentación)
- Certificado de votación (Presentación)
- Documento para registrar el establecimiento del domicilio del contribuyente
- Escritura pública de constitución
- Nombramiento del representante legal
- Solicitud de inscripción y actualización general del Registro Único de Contribuyentes (RUC) sociedades, sector privado y público

- **Patente Municipal**

La patente municipal es un permiso que otorga el Municipio a las personas naturales, jurídicas, sociedades, nacionales o extranjeras, domiciliadas o con establecimientos en el cantón, que realizan permanentemente actividades económicas, comerciales, industriales, financieras, inmobiliarias y profesionales.

Se paga una vez por año y su valor está calculado por cada municipio. En este caso la Municipalidad del cantón Lago Agrio. Los requisitos que se solicitan son

- Copia de cédula de identidad
- Copia de certificado de votación

- Impuesto predial o contrato de arriendo
- Cuerpo de bombero
- Guía buena práctica ambiental
- Copia de Registro Único de Contribuyentes (RUC)

- **IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad social)**

El Registro Patronal en el Sistema de Historia Laboral, se lo obtiene en el IESS y no tiene ningún costo. (IESS, 2022)

- Ingresar a la página web del IESS [www.iess.gob.ec](http://www.iess.gob.ec).
- Escoger la opción empleador-registro nuevo empleador.
- Ingresar el número de RUC o cédula de ciudadanía y escoger el sector al que pertenece (privado, público o doméstico).
- Ingresar los datos obligatorios que se encuentran marcados con asterisco.
- Terminar con el registro patronal, imprimir la solicitud de clave y el acuerdo de uso de la información.
- Acercarse a las agencias del IESS a los Centros de Atención Universal, portando los documentos que han sido solicitados, para obtener la clave patronal.



## 5. PROCESO DE IMPACTO AMBIENTAL Y SOCIAL

### Objetivo de área

Valorar la protección del Medio Ambiente como principal responsabilidad de la empresa “Tour Aventure” y velar por que ésta se lleve a cabo en todas las funciones y áreas de la actividad que realiza la empresa. Se remarca que la protección del Medio Ambiente es cosa de todos los que forman la empresa “Tour Aventure” por lo que se debe proceder en cada situación con un comportamiento responsable tanto dentro como fuera de la empresa.

Se controlará en la empresa “Tour Aventure” el cumplimiento de la protección ambiental con el fin de verificar el buen funcionamiento de dicha protección y adecuar los objetivos y metas a la naturaleza y magnitud de los impactos ambientales provocados por las actividades, productos y servicios.

### Impacto ambiental

#### *Identificación de impactos ambientales que pueda ocasionar “Tour Aventure”*

Los problemas de tipo medioambiental que “Tour Aventure” identifica en el sector pueden dividirse fundamentalmente en algunos campos:

- Generación de residuos peligrosos.
- Cambio de uso forestal.
- Modificación y destrucción del hábitat de flora y fauna terrestre y acuática.
- Contaminación de suelos y cuerpos de agua por emisiones líquidas (descargas de aguas residuales, aceites, lubricantes e hidrocarburos).

Si bien hoy en día, y teniendo en cuenta la tendencia hacia la prevención de la contaminación en contra de la corrección, otro campo importante sería también el consumo de recursos. En cuanto al caso particular de la empresa “Tour Aventure”:

### **Generación de residuos peligrosos**

- Fabricación de caucho y plásticos.
- Refinamiento de metales.
- Productos de petróleo y carbón.

### **Cambio de uso forestal**

Exige la elaboración de planes, resoluciones, decretos y diagnósticos ambientales para garantizar que los sectores turísticos estén limpios de contaminación y ricos en biodiversidad, belleza natural y así lograr un desarrollo sostenible.

### **Modificación y destrucción del hábitat de flora y fauna terrestre y acuática.**

Permite conocer la biodiversidad; tanto flora y fauna en el lugar que pretende ser atractivo turístico; para poder delimitar zonas que estarán sujetas a preservación y conservación.

### **Contaminación de suelos y cuerpos de agua por emisiones líquidas (descargas de aguas residuales, aceites, lubricantes e hidrocarburos).**

Los contaminantes fundamentales existentes en las aguas de limpieza serán:

- Suciedades arrastradas por dichas aguas (sólidos en suspensión, elementos químicos en limpiezas industriales,).
- Sustancias químicas existentes debido a los productos de limpieza utilizados.

Otros factores medioambientales relacionados con el sector limpieza son:

Consumos.

Aguas.

Sustancias químicas.

Energía.

Combustibles.

Almacenamiento y uso de sustancias peligrosas.

Tabla 27 Evaluación ambiental

<b>Evaluación ambiental</b>
<b>IMPACTO</b>
Desequilibrio ecológico.
Modificación del paisaje.
Aumento de delincuencia e inseguridad.
La actividad turística gira alrededor la explotación de los atractivos naturales y culturales
Maltrato del suelo y vegetación por diversas actividades: paseos en bicicleta, excursiones, etc.

### **Medidas para contrarrestar los impactos generados por Global limpieza.**

- Manejo de residuos.
- Uso de energías renovables no convencionales.
- Compra de insumos a locales.
- Educación a turistas en cada uno de los viajes sobre la historia y cultura local.
- Reducir, reciclar y reutilizar.

## **Impacto social**

### ***Igualdad de género***

La igualdad de género entre mujeres y hombres es una cuestión de derechos humanos y una condición de justicia social; es también una cuestión básica, indispensable y fundamental para la igualdad entre las personas, para el desarrollo y la paz. Tour Aventure priorizará la participación igualitaria de hombres y mujeres.

### ***Generar empleo***

Tour Aventure generara empleos a las personas del sector tanto a personas no profesionales y profesionales, de acuerdo a los perfiles para los cargos solicitados, capacitación formando un personal con amplia experiencia y conocimiento.

Considerando también la equidad de género en todos los campos con participación igualitaria de hombres y mujeres. Incentivando al personal de la empresa Tour Aventure administrativos y trabajadores, premio al mejor trabajador del año, pago de horas extras, cumpleaños.

### ***Atracción de empleados***

Tour Aventure mantendrá una gestión empresarial que sea eficiente y responsable de manera que los empleados y trabajadores se sientan motivados y seguros del lugar de trabajo y empiecen a rendir al máximo en sus actividades encomendadas a cada uno.

## 6. PROCESO FINANCIERO

### Introducción

En el siguiente capítulo se detalla el análisis financiero de la empresa y para esto fueron utilizadas las siguientes herramientas, con el fin de analizar la viabilidad económica financiera de la empresa “Tour Adventure”.

### *Activos Fijos*

Un activo fijo es un bien de una empresa, ya sea tangible o intangible, que no puede convertirse en líquido a corto plazo y que normalmente son necesarios para el funcionamiento de la empresa y no se destinan a la venta. (*Ver tabla 28*).

Tabla 28 Activos Fijos

Activos fijos	
Edificio	0
Vehiculo	0
Equipos ind./ seguridad	77
Equipos de computación	2210
Muebles - enseres	1985
Total:	4272

**Elaborado por:** Victoria Camacho

### Activos diferidos

Concierne a todos los gastos o inversión para la creación de la empresa. Activos diferidos se define a la inscripción de la compañía que, en este caso, se la instaura como Sociedad Acción Simplificada lo que representa que la inscripción es gratuita, los gastos legales serán de \$800, el permiso de funcionamiento de \$76,32 y las

patentes municipales de \$101,04 lo que da un total de activos diferidos de \$977,36.

(Ver tabla 29).

Tabla 29 Activos diferidos

<b>ACTIVOS DIFERIDOS</b>	
Inscripción Compañía (SAS)	\$0
Gastos legales	\$800
Permisos funcionamiento	\$76,32
Patentes municipales	\$101,04
<b>Total</b>	<b>\$977,36</b>

**Elaborado por:** Victoria Camacho

### **Capital de trabajo**

El capital de trabajo es el dinero disponible para cumplir con sus obligaciones actuales a corto plazo.

En lo que concierne al establecimiento, mensualmente el costo de insumos de oficina \$70,80; servicios básicos (agua, luz, teléfono, internet) el valor de \$45,80; de sueldos y salarios de \$2.100,00, los gastos de publicidad de \$15,50, gasto de material de limpieza \$53,50, gasto financiero \$175,00, alquiler local \$200,00. Dando un total de gasto mensual de \$2.660,60. Este valor fue multiplicado por 12 meses que se estipula el capital de trabajo dando como un total de \$31927,20 (Ver tabla 30).

Tabla 30 Capital de trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	3 meses	12 meses
Sueldos	7420,10	29680,40
Servicios Básicos	137,40	549,6
material oficina	212,40	849,6
material limpieza	160,50	642
servicio auto	0,00	0
alquiler local	600,00	2400
publicidad	46,50	186
gastos financieros	525,00	2.100,00
<b>TOTAL INVERSION</b>	<b>14351,26</b>	<b>41656,96</b>

**Elaborado por:** Victoria Camacho

La inversión total son todos los gastos que se efectúan, teniendo en cuenta activos fijos, diferidos y capital de trabajo para 12 meses de la empresa es de \$38.016,16. (Ver tabla 31).

Tabla 31 Detalles de inversión

<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>TOTAL</b>
ACTIVO FIJO	4272
ACTIVO DIFERIDO	977,36
CAPITAL DE TRABAJO /12M	36.407,60
<b>TOTAL DE INVERSIÓN</b>	<b>41656,96</b>

**Elaborado por:** Victoria Camacho

### ***Sueldos***

A continuación, se detalla el cuadro de sueldos con todos los beneficios legales, incluido el aporte al IESS, con valores anuales (Ver tabla 32).

Tabla 32 Sueldos.

<b>PERSONAL</b>	<b>SUELDOS</b>	<b>ANUAL</b>	<b>IESS EMP</b>	<b>IESS EMPRESA</b>	<b>GASTO SUELDOS ANUAL</b>
JEFE DE OFICINA	750	9000	850,5	1093,5	9243
ASISTENTE AL CLIENTE	425	5100	481,95	619,65	5237,7
ANALISTA DE PRESUPUESTO	500	6000	567	729	6162
RECAUDADOR	425	5100	481,95	619,65	5237,7
<b>TOTAL</b>	<b>2100</b>	<b>25200</b>	<b>2381,4</b>	<b>3061,8</b>	<b>25880,4</b>

**Elaborado por:** Victoria Camacho

El total de sueldo a pagar incluido todos los beneficios legales es de \$25880,40 anual.

### **Depreciación activos fijos.**

La depreciación del activo fijo es uno de los procedimientos contables más importantes para cualquier empresa. Ya que esto les permite determinar su valor total al cierre del año fiscal.

- Instalaciones, maquinarias, equipos y muebles 10% anual.
- Vehículos, equipos de transporte y equipo caminero móvil 20% anual.
- Equipos de cómputo y software 33,33% anual

En esta tabla 29, se verá la cuantificación económica del desgaste por el paso del tiempo de los bienes. Los activos fijos para el establecimiento son los siguientes: equipos industriales 10%, equipos de computación con un 33.33 %, y muebles y enseres con el 10 % dando así un total de \$942,79. Se utilizó la modalidad en línea recta según la Ley de Régimen Tributario.



Tabla 33 Depreciación de activos fijos

		% DEPRECIACIÓN	DEPRECIACIÓN
Equipos Ind.	77	10%	7,7
Edificio	0	20%	0
Vehículos	0	5%	0
Equipos de Computación	2210	33,33%	736,593
Muebles y Enseres	1985	10%	198,5
			942,79

**Elaborado por:** Victoria Camacho

### Amortizaciones

Este es el valor que recupera la empresa por constitución de la misma. La Amortización del establecimiento es de un 20% que a su vez equivale a \$195,47, ya que el monto por constitución equivale a \$977,36 (*Ver tabla 34.*)

Tabla 34 Porcentaje Amortización

AMORTIZACIONES			
PORCENTAJE AMORTIZACIÓN			
Gastos de Constitución de la empresa	\$977,36	20%	\$195,47

**Elaborado por:** Victoria Camacho

### Tabla de amortización

A continuación, se presenta la tabla de amortización, que incluye el valor de \$15000 que se pedirá a una entidad bancaria, calculando el pago en 5 años, con una tasa de interés del 14%. (*Ver tabla 35*)

Tabla 35 Tabla de Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN				
MONTO	15000			
TASA	14%			
PLAZO	5			
PERIODO	DIVIDENDO	PAGO INTERES	PAGO CAPITAL	SALDO
0	-	-	-	15000
1	4369,25	2.100,00	2.269,25	12.730,75
2	4369,25	1.782,30	2.586,95	10.143,80
3	4369,25	1.420,13	2.949,12	7.194,68
4	4369,25	1.007,25	3.362,00	3.832,68
5	4369,25	536,57	3.832,68	0,00

**Elaborado por:** Victoria Camacho

La tabla indica el manejo de pago de la suma de 15000, llegando al año 5, el pago de interés de \$536,57 y a su vez el pago capital de \$3.832,68, para que al final del periodo establecido de un saldo de cero dólares.

### **Estructura capital**

Una empresa se puede financiarse con recursos propios (capital) o con recursos pedidos en préstamo (pasivos). Se define como la combinación específica de deuda y patrimonio propio que una empresa utiliza para financiar sus operaciones.

La estructuración de capital para el presente proyecto se encuentra formado de la siguiente manera: Capital Propio con la suma de \$26,656.96 que equivale a una estructura del 64%; costo 13% con una tasa de descuento de 8,3%.

Capital Financiero es de \$15,000 con una estructura del 36%, el costo es del 14 % que otorga el 5.0% de tasa de descuento; con un total de inversión de \$41656,96 que en la suma total da una estructura del 100% y TMAR (tasa mínima de rendimiento)

que es la suma de las tasas de descuento con un total de 13,36% valor indicador de la factibilidad de la empresa (*Ver tabla 36.*)

Tabla 36 Estructura de capital.

<b>ESTRUCTURA DE CAPITAL</b>					
		Estructura	Costo	TD	
Capital Propio	26656,96	64%	13%	8,3%	
Capital Financiero	15000	36%	14%	5,0%	
<b>TOTAL INVERSIÓN</b>	<b>41656,96</b>	<b>100%</b>		<b>13,36%</b>	<b>TMAR</b>

**Elaborado por:** Victoria Camacho

### **Punto de equilibrio**

En la siguiente tabla N33, se aprecian los costos fijos que va a tener la empresa y son aquellos costos que la empresa debe pagar independientemente de su nivel de operación, es decir, produzca o no produzca debe pagarlos. El valor se calculó con los valores de arriendo, sueldos y servicios básicos divididos para los 12 meses, el valor total mensual es de \$2.719,16 (*Ver tabla 37*)

Tabla 37 Costos fijos

<b>COSTOS FIJOS</b>	
ARRIENDO	200
SUELDOS	2473,36
SER. BÁSICOS	45,8
	<b>2719,16</b>

**Elaborado por:** Victoria Camacho

El margen de contribución es el resultado de restar los costes variables al precio de venta, es decir son los beneficios de una compañía sin considerar los costos fijos. Para la empresa “Tour Adventure” se tomó en cuenta los valores del servicio de tour, que sería el servicio principal de la empresa. Entonces el valor promedio de un servicio es \$160 por persona, el valor del costo de inversión sería \$100 por lo que el margen de contribución será de \$60 (*Ver tabla 38*).

Tabla 38 Margen de contribución

COSTOS DE TOURS			
PRECIO	160		
COSTO	100		
GANANCIA	60	MARGEN DE CONTRIBUCIÓN	

**Elaborado por:** Victoria Camacho

El punto de equilibrio es establecido a través de un cálculo que sirve para definir el momento en que los ingresos de una empresa cubren sus gastos fijos y variables, esto es, cuando logras vender lo mismo que gastas, no ganas ni pierdes, has alcanzado el punto de equilibrio.

En la tabla 40, se puede observar que se debería realizar 45 viajes de turismo mensuales, es decir 2 personas diarias para que el negocio tenga su punto de equilibrio y no se gane ni se pierda y en la tabla 41 se puede observar que las ventas proyectadas para que exista una ganancia será de 45 paquetes de turismo al mes.

Tabla 39 Punto de equilibrio

VENTA	45	160	7251,1
COSTO	45	100	4531,9
GASTO			2719,16
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO</b>			<b>0</b>

**Elaborado por:** Victoria Camacho

Tabla 40 Proyección de ventas / costos

<b>VENTAS PROYECTADAS</b>			
85	13600	163200	VENTAS
85	8500	102000	COSTO

**Elaborado por:** Victoria Camacho

### **Costo de ventas**

El costo de venta se basa en un periodo de cinco años en el mismo que se tiene en las ventas proyectadas para conocer los valores del primer año. La tabla N37 es contemplada a 5 años con un crecimiento país del 1% aproximadamente, las ventas contempladas en el primer año rendirán una utilidad neta de \$17880,10, mientras que para el año 5 se espera una utilidad neta de \$18368,91.

Tabla 41 Costo de ventas

<b>FLUJODE VENTAS</b>						
	0	1	2	3	4	5
VENTAS		163200,00	168112,32	173172,50	178384,99	183754,38
COSTO DE VENTAS		102000,00	105070,20	108232,81	111490,62	114846,49
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS		61200,00	63042,12	64939,69	66894,37	68907,89
GASTOS ADMINISTRATIVOS		29680,40	30573,78	31494,05	32442,02	33418,53
SERVICIOS BASICOS		549,60	566,14	583,18	600,74	618,82
MATERIAL OFIC.		849,60	875,17	901,52	928,65	956,60
ALQUILER LIMPIEZA		642,00	661,32	681,23	701,74	722,86
SERVICIO DE AUTO		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
ALQUILER		2400,00	2472,24	2546,65	2623,31	2702,27
DEPRECIACIONES		942,79	942,79	942,79	942,79	942,79
AMORTIZACIONES		195,47	195,47	195,47	195,47	195,47
UTILIDAD OPERATIVA		25940,14	26755,19	27594,79	28459,65	29350,55
GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS		23840,14	24972,89	26174,66	27452,40	28813,98
BASE IMPOSITIVA		5960,03	9052,67	9488,31	9951,49	10445,07
UTILIDAD NETA		17880,10	15920,22	16686,34	17500,90	18368,91

Elaborado por: Victoria Camacho

## Flujo de caja

El flujo de caja de una empresa es la diferencia entre los cobros y los pagos que se efectúan durante un periodo de tiempo determinado. Es decir, el flujo recoge el neto obtenido.

Tabla 42 Flujo de caja

	0	1	2	3	4	5
UTILIDAD OPERATIVA		25940,14	26755,19	27594,79	28459,65	29350,55
DEPRECIACION		942,79	942,79	942,79	942,79	942,79
AMORTIZACION		195,47	195,47	195,47	195,47	195,47
- BASE IMPOSITIVA		5960,03	9052,67	9488,31	9951,49	10445,07
- GASTOS FINANCIEROS		2100,00	1782,30	1420,13	1007,25	536,57
- PAGO CAPITAL		2.269,25	2.586,95	2.949,12	3.362,00	3.832,68
+ VALOR DE SALVAMENTO						0
+ CAPITAL DE TRABAJO						0
- REPOSICION DE ACTIVOS				0		
= FLUJO NETO DE CAJA	-41656,96	16.749,11	14.471,53	14.875,49	15.277,17	15.674,50

Elaborado por: Victoria Camacho

## Calculo del TIR y el VAN

Para finalizar el análisis financiero el último paso que es el del cálculo del VAN y el TIR que consiste en:

### *VAN (Valor Actual Neto)*

El VAN es un indicador financiero que sirve para determinar la viabilidad de un proyecto. El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un VAN traer el valor presente todas las

proyecciones obtenidas en el flujo de caja menos la inversión; el VAN es bueno cuando es mayor a cero; por consiguiente, el VAN en la empresa es de \$12816.94; por lo tanto, el negocio es factible.

### ***TIR (Tasa Interna de Retorno)***

La Tasa Interna de Retorno (TIR), es la rentabilidad que ofrece una inversión. Es decir, es el porcentaje de beneficio o pérdida que tendrá una inversión.

TIR valor porcentual del flujo de caja (debe ser mayor al TMAR), en este caso el TIR de la empresa posee un valor de 25,02 % que en resumen brinda gran utilidad y rentabilidad a la empresa en cuestión.

Tabla 43 VAN/ TIR

VAN	12.816,94
TIR	25,02%
TMAR	13,36%

**Elaborado por:** Victoria Camacho.

Como la TIR es mayor que la TMAR, entonces el proyecto es viable.



## 7. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

### *Conclusiones*

Las agencias de viajes ocupan un sitio indispensable en el desarrollo de sector turístico, ya que son unas de las principales promotoras del turismo, al manejar flujos constantes de pasajeros a nivel nacional e internacional.

Las agencias tienen como objetivo de asesorar, vender y organizar viajes u otros servicios turísticos; el papel principal que desempeñan estas sociedades mercantiles es el de intermediación entre la persona que demanda turismo y la persona que ofrece el servicio turístico.

Cada capítulo del proyecto se consideró como una herramienta clave ya que a través de este se puede analizar el microentorno, la localización donde se va a ubicar la empresa y sobre todo el desempeño económico para la factibilidad de creación de la microempresa que muestra en qué condiciones estaría a nivel de solvencia, liquidez, endeudamiento y rentabilidad para la toma de decisiones.

### *Recomendaciones.*

Aprovechar las estrategias del Marketing de Relaciones para su aplicación al estudio, como un poderoso instrumento para la diferenciación ante la competencia.

## REFERENCIAS

- Alicia, R. (1 de Julio de 2021). *Asana*. Obtenido de <https://asana.com/es/resources/swot-analysis>
- ARCSA. (2022). *Emisión de Permisos de Funcionamiento*. Obtenido de Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria: <https://www.controlsanitario.gob.ec/emision-de-permisos-de-funcionamiento/>
- Baciero, G. (2019). *Manejo y prevención del estrés del gato*. Madrid, España.: Comunicación Científica Royal Canin.
- Clavijo, C. (2022). *blog hubs*. Obtenido de <https://blog.hubspot.es/sales/ejemplos-metas-de-empresa>
- Educaonline S.L. (2020). *Veterinario*. Recuperado el 25 de julio de 2021, de <https://www.educaweb.com/secciones/informacion-legal/proteccion-contenidos/>
- Equipment. (2021). Recuperado el 25 de julio de 2021, de <https://equipment21.com/blog/minimarket-que-es-beneficios-y-caracteristicas/>
- Esparza, J. (s.f.). *Estructura de capital*. Recuperado el 25 de Agosto de 2021, de <http://web.uqroo.mx/archivos/jlesparza/acpef140/3.3a%20Estructura%20capital.pdf>
- Etecé, E. (5 agosto de 2021). Obtenido de <https://concepto.de/necesidades-fisiologicas/>
- Etecé, editorial. (5 de agosto de 2021). *Concepto* . Obtenido de <https://concepto.de/necesidades-fisiologicas/>
- Giraldo, J., & Robledo, J. (2014). *Propuesta para la gestión de residuos sólidos de dos clínicas*. Cali, Colombia: Universidad ICESI.
- Gonzales. (2021). *Questionpro*. Recuperado el 25 de Julio de 2021, de <https://www.questionpro.com/blog/es/necesidades-del-consumidor-segun-maslow/>
- Google.com. (s.f.). Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://twitter.com/MarketingGuia/status/1067523793013354496/photo/1>
- Heredia, J., & Iturbe, T. (2019). *Manual de práctica de medicina de gatos* . México: UNAM.
- Ibañez, M. (2000). En *Canis et Felis. N° 43. Bases para la gestión en centros veterinarios* (pág. 12). Madrid, España: Ediciones Luzán.
- IESS. (11 de 01 de 2021). *IESS*. Obtenido de <https://www.iess.gob.ec/home-preguntas-frecuentes/>
- Kotle, P. (2021). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html#comentarios>

- Maite, N. (4 de marzo de 2019). *Psicología Online*. Recuperado el 15 de julio de 2021, de <https://www.psicologia-online.com/teoria-de-las-necesidades-de-maslow-4410.html>
- Maldonado, S. (2009). Desarrollo de un plan de negocios para la creación de LUCKYS SPA DE MASCOTAS. Cuenca, Ecuador.
- Peñaloza, M. (2008). *Administración del capital de trabajo*. Recuperado el 23 de Agosto de 2021, de Universidad Católica Boliviana San Pablo: <https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>
- Philip, K. (2021). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html#comentarios>
- Philip, K. (2021). *Promonegocios.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/clientes/satisfaccion-cliente.html#comentarios>
- Romero, S. (2016). *El motivo por el que los gatos son más independientes que los perros*. Recuperado el 26 de julio de 2021, de <https://www.muyinteresante.es/salud/articulo/el-motivo-por-el-que-los-gatos-son-mas-independientes-que-los-perros-811441363579>
- Securitas Peru. (2021). *tips para reforzar la seguridad de un Minimarket*. Obtenido de <https://www.securitasperu.com/comunicaciones/articulos/5-tips-para-reforzar-la-seguridad-de-un-minimarket/>
- Shelfic Soluciones . (3 de mayo de 2019). *Estrategias para vender en el minimarket* . Obtenido de <https://shelficsoluciones.com/estrategias-para-vender-mas-en-el-minimarket/>

## ANEXOS

- Anexo 1. Ejemplo de paquete turístico.



- Anexo 2. Capturas de precios de equipos industriales:
  - Costo de bomba de mano



Bomba A Mano De Precion Para Casa

U\$S 4<sup>89</sup>

- Costo de extintor.



Extintor Incendio Polvo Quimico Seco Para Auto Casa Oficina

U\$S 14

- Costo de señaléticas.



Rotulo Señaletica 20x30cm A4 Salida Flecha Derecha

U\$S 3<sup>10</sup>



Rotulo Señaletica 21x15cm A5 Bodega

U\$S 1<sup>67</sup>



Rotulo Señaletica 20x30cm A4 Salida De Emergencia Flecha Izq

U\$S 3<sup>01</sup>

Activar Windows

- Anexo 3. Capturas de precios de equipos de computación:

- Costo de computador laptop hp.



U\$S 449

Envío gratis

De Oferta Laptop Hp 15-da0043nr - Core I3

- Costo de impresora Epson.



U\$S 209<sup>99</sup>

Impresora Epson Xp4105 Led Wifi  
Sistema Tinta Mejor L3250

- Computadora de escritorio hp.



Computador Aio Hp 22-dd0013la Athlon 3150u 4gb 1tb 21.5inc.

U\$S 395

- Anexo 4. Capturas de precios de muebles y enseres:

- Costo de silla de oficina
- 



Silla Giratoria De Oficina Con Base Cromada Súper Cómoda

U\$S 49<sup>50</sup>

- Costo de escritorio de oficina.
- 



Escritorio +

U\$S 255

- Costo de archivadores de oficina
- 



Cajoneras Metalicas, archivadores Aereos, |

U\$S 75

---

- Anexo 5. Capturas de precios de suministro de oficina:
  - Costo de resma de papel bond



Resmas De Papel De Impresora A4 X10 Repopal 75gr

U\$S 5



- Costo de lápices, esferos, tijeras



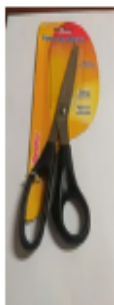
Lapiz X 6 Und Primavera Flower Power

U\$S 2



Bolígrafo Bic Punta 0.5 Media Azul Negro Rojo X 24 Unidades

U\$S 8<sup>40</sup>



Tijera Grande Bester 21 Cm Acero Inoxidable

U\$S 2<sup>50</sup>







Identificación de reporte de similitud: oid:11830:162884640

NOMBRE DEL TRABAJO

Trabajo final VICTORIA CAMACHO.docx

AUTOR

VICTORIA CAMACHO

RECuento DE PALABRAS

**10892 Words**

RECuento DE CARACTERES

**60525 Characters**

RECuento DE PÁGINAS

**121 Pages**

TAMAÑO DEL ARCHIVO

**8.1MB**

FECHA DE ENTREGA

**Aug 28, 2022 5:40 PM GMT-5**

FECHA DEL INFORME

**Aug 28, 2022 5:44 PM GMT-5**

● **17% de similitud general**

El total combinado de todas las coincidencias, incluidas las fuentes superpuestas, para cada base de datos

- 17% Base de datos de Internet
- Base de datos de Crossref
- 1% Base de datos de publicaciones
- Base de datos de contenido publicado de Crossref

● **Excluir del Reporte de Similitud**

- Material bibliográfico
- Material citado
- Bloques de texto excluidos manualmente
- Material citado
- Coincidencia baja (menos de 8 palabras)

Act  
Ve a  
Win