

UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS

Escuela de Tecnología en Finanzas

Proyecto de creación de “XTourism Ecuador” una empresa proveedora de servicios de turismo de alta aventura en Ecuador.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos para obtener el título de Tecnólogo en Finanzas.

Profesor guía: Ing. Jaime O Naranjo

**Luis Felipe Castro Reyes
2009
Quito**

INDICE DE CONTENIDO

Capítulo I

1.1.Análisis Histórico de la industria del turismo.....	1
1.2.Análisis de comportamiento del sector en los últimos años en Ecuador.....	3
1.3.Proyecciones de crecimiento del sector.....	6

Capítulo II

2.1.Análisis del macroentorno.....	9
2.1.1.Fuerza Económica.....	9
2.1.2.Fuerzas social, cultural, ambiental y demográfica.....	10
2.1.3.Fuerzas política, gubernamental y legal.....	11
2.1.4.Fuerzas Tecnológicas.....	11
2.1.5.Fuerzas Competitivas.....	12
2.2.Análisis del sector turístico.....	12
2.3.Análisis FODA de la industria del turismo en Ecuador.....	13
2.3.1.Formulación de estrategias a través de la matriz FODA.....	15
2.3.2.Análisis del modelo de PORTER en torno a la industria del turismo en Ecuador.....	17
2.3.3. Estrategia para afrontar o aprovechar los resultados del modelo de PORTER.....	19
2.4.Estrategias del negocio.....	21
2.4.1.Clientes objetivos.....	21
2.4.2.Definición del nicho de mercado.....	21

Capítulo III

3.1.Estructuración de la empresa.....	23
3.2.Conformación de la empresa.....	25

Capítulo IV

4.1.Productos.....	26
4.2.Estrategias de ventas.....	29
Capítulo V	
5.1.Inversiones.....	31
5.2.Simulaciones de ventas.....	32
5.3 Generación de estados financieros.....	33
5.3.1 Estado de resultados.....	34
5.3.2 Balance general.....	34
5.3.3 Flujo de caja.....	35
Conclusiones.....	36
Recomendaciones.....	38
ANEXOS.....	40

INDICE DE CUADROS

Capítulo I

Cuadro 1.1. Ingreso de divisas turísticas en América Latina, ingreso de divisas por turismo en 2003(millones de US\$).....	2
Cuadro 1.2. Importancia del turismo en las economías de América Latina, participación del turismo en el PIB.....	3
Cuadro 1.3. Evolución del arribo de turistas al Ecuador.....	6
Cuadro 1.4. Visitantes anuales (miles de personas).....	7
Cuadro 1.5. Proyecciones del crecimiento del número de pasajeros.....	8

Capítulo II

Cuadro 2.6. Crecimiento real del PIB Ecuatoriano.....	10
--	-----------

Capítulo IV

Cuadro 4.7. Características específicas de los paquetes ofertados por XTourism Ecuador S.A.....	29
--	-----------

Capítulo V

Cuadro 5.8. Cuadro de inversiones de XTourism Ecuador S. A.....	33
Cuadro 5.9. Simulaciones de ventas.....	34
Cuadro 5.10. Proyección de ventas XTourism Ecuador S. A.....	35

INDICE DE GRAFICOS

Capítulo I

Grafico 1.1. Llegada de extranjeros por continente de origen...5

INDICE DE DIAGRAMAS

Capítulo III

Diagrama 1. Estructura organizacional de XTourism Ecuador

S.A.....26

INDICE DE ANEXOS

Anexo 1

Cuadro N°1. XTourism Ecuador Financiamiento de inversión.....	43
Costo ponderado del capital.....	43

Anexo 2

Cuadro N°2. XTourism Ecuador inversiones.....	44
Cuadro N°3. XTourism Ecuador gastos generales anuales.....	44

Anexo 3

Cuadro N°4. XTourism Ecuador nomina del personal.....	45
--	-----------

Anexo 4

Cuadro N°5. XTourism Ecuador Tabla de amortización del crédito.....	46
--	-----------

Anexo 5

Cuadro N°6. XTourism Ecuador flujo de efectivo.....	47
--	-----------

Anexo 6

Cuadro N°7. XTourism Ecuador estado de situación inicial....	48
---	-----------

Cuadro N°8. XTourism Ecuador estado de balance año 1.....	48
--	-----------

Anexo 7

Cuadro N°9. Estado de Resultados.....	49
--	-----------

Anexo 8

Cuadro N°10. Estado de Resultados.....	50
---	-----------

RESUMEN EJECUTIVO.

La industria del turismo es una de las de mayor crecimiento a nivel mundial, aunque en el crecimiento de esta dentro de cada país ha influido sobre manera la seguridad de estos, en especial la brindada a los turistas que los visitan, de igual manera ha influido el cambio de moneda.

Para varios países la actividad del turismo es uno de sus mayores ingresos y en otros es el principal ingreso generador de divisas así como de plazas de empleos. Ecuador por su parte brinda una gran variedad de tipos de turismo y ofrece una relativa estabilidad monetaria al poseer una economía dolarizada.

El país se ha visto obligado a impulsar el crecimiento y desarrollo del sector turístico y de prestación de servicios relacionados de forma muy intensa, pese a esto es necesario un mayor apoyo por parte de los organismos gubernamentales para así incrementar la inversión.

Gran parte de los turistas que visitan el país provienen de países vecinos, aunque gracias al paulatino cambio en ciertas políticas del país sobre todo en las migratorias, hoy en día se recibe turistas de varias partes de mundo en especial del Asia.

La pobre evolución que Ecuador evidenció en épocas pasadas en lo que tiene que ver al sector turístico, se debió a la poca promoción publicitaria del país como destino turístico realizada por los gobiernos de turno, pero esto está cambiando sobre todo en países de economías crecientes, esto sin descuidar a mercados de países que ya se han penetrado con anterioridad. Esta promoción la realiza hoy en día el Fondo de Promoción Mixta del Ministerio de Turismo del Ecuador, presentando los paquetes turísticos más representativos en las ferias del sector turístico más importantes del mundo, así como participando en foros con potenciales clientes.

En el macroentorno se observó que el país se encuentra evolucionando pese a que el PIB del 2007 registró un incremento de tan solo 2,6% en relación al año 2006, tan solo por la dependencia de la economía interna a factores externos.

Dentro de los análisis del macroentorno se realizaron el análisis de la Matriz FODA y del Modelo de Porter, de los resultados de estos se extrajeron las estrategias del negocio.

Los clientes que se definieron como objetivos se localizan en especial en los países nórdicos, algunos mediterráneos y unos pocos asiáticos, esto debido a que los deportes que forman parte de los paquetes que XTourism Ecuador ofertará son altamente practicados en estas zonas del mundo y también de gran desarrollo. Al definir los clientes objetivo se observó que el nicho de mercado a atacar está formado por jóvenes cuya edad oscila entre 21 y 32 años y que pertenecían a ambos sexos.

Los productos seleccionados se deben a varios factores entre los que resaltan la popularidad del deporte, interés en nuevos destinos para la práctica de estos deportes, atractivos naturales en el recorrido de las rutas y la fácil accesibilidad a las rutas. Los deportes de extrema aventura seleccionados fueron: Aventura 4X4, Down Hill, Motociclismo modalidad Enduro en Moto y Cuadron, Rafting y Escalada extrema.

Los productos serán comercializados en paquetes los cuales contendrán todo lo necesario para la practica de dichos deportes, con lo cual se busca facilitar el transporte de los turistas y brindar mayor comodidad a estos, estos paquetes serán comercializados mediante agencias de viaje establecidas en los mercados seleccionados como objetivos, a través también de las diferentes asociaciones de deportes extremos de dichos países, pues estas poseen varios miembros interesados en practicar los deportes en nuevos destinos y mediante una plataforma virtual desde las oficinas en Ecuador.

En lo que tiene que ver con la inversión que se necesita para la conformación de la empresa que se denominará XTourism Ecuador S.A., está se enfocará en la adquisición de vehículos, equipos de seguridad y de oficina y todo lo inherente con el funcionamiento de la empresa, inversión que será realizada en parte por los inversionistas y en parte gracias a un préstamo a largo plazo.

Se realizaron simulaciones de ventas basadas en sondeos realizados con aficionados locales y posibles turistas de igual forma locales, estos se encuentran contenidos en los anexos del trabajo. El presente trabajo contiene también estados financieros proforma y flujo de caja estimado, generados en base a las simulaciones y las inversiones, reflejando así los resultados de un negocio de este tipo.

Capítulo I

1.1. Análisis Histórico de la industria del turismo.

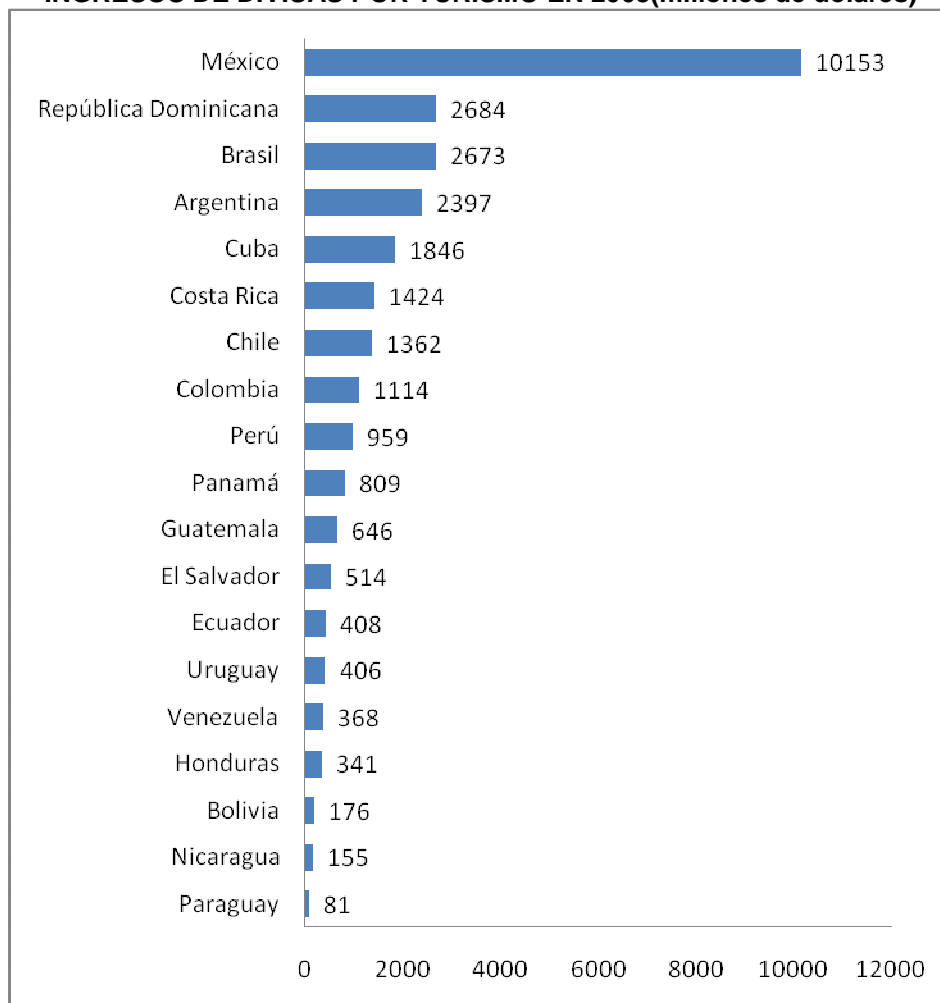
El crecimiento de la industria del turismo ha sido, durante las últimas décadas más generalizado, con excepción de Colombia los restantes países de América Latina registraron una muy elevada tasa de crecimiento durante el final de los noventa esto según datos del Ministerio de Turismo del Ecuador y la oficina económica y comercial de la embajada de España en Ecuador, además el sector viene creciendo fuertemente desde antes.

Sin duda la temática de la seguridad impacta fuertemente en el ingreso de turismo, otros países que aunque tienen una clara tendencia positiva al crecimiento, han sido afectados entre 2001 y 2003 por la crisis de Argentina, países tales como Uruguay, Chile y Brasil los cuales sufrieron una reducción en la demanda luego de la devaluación del 2001. Ecuador también sufrió un bajón significativo de turistas durante el momento de transición de sucres a dólares debido al alza en los precios y la fijación de un valor de cambio real en la moneda, datos obtenidos de la Dirección Nacional de Migración de la Policía Nacional y de estadísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador. Pero hoy en día se encuentran en franca recuperación.

México es el gran líder turístico de América Latina, recibe ingresos que superan 3,8 veces (10.153 millones de dólares) los que recibe su inmediato seguidor República Dominicana (2.684 millones de dólares), según la Organización Mundial de Turismo, que se observa en el cuadro 1 y que junto con Brasil, y Argentina obtienen casi la misma cantidad de divisas por turismo, mientras que Ecuador se encuentra actualmente en la ubicación decimo cuarta en la lista que expresa los ingresos de divisas a los países receptores de turismo en América Latina.

En el siguiente gráfico puede observarse el nivel de ingreso de divisas en el año 2003 en los países de América Latina.

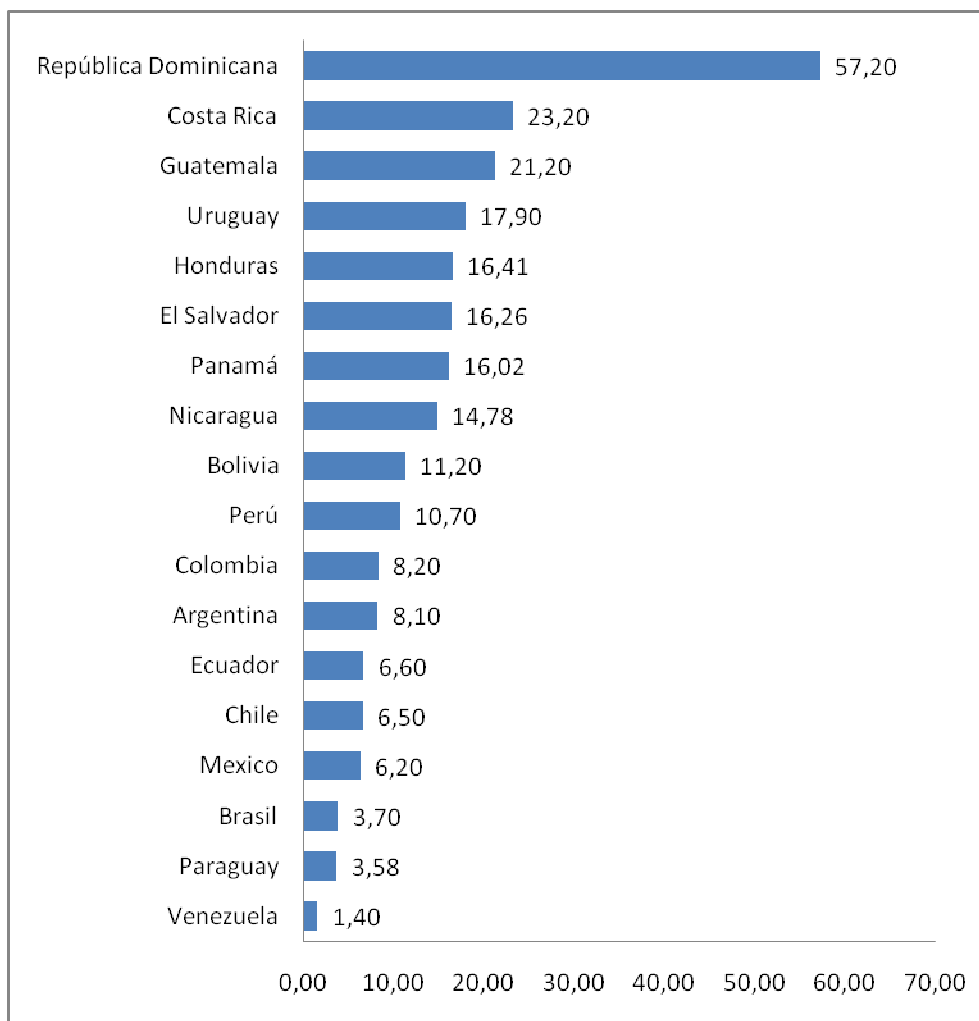
CUADRO 1.1
INGRESO DE DIVISAS TURISTICAS EN AMERICA LATINA
INGRESOS DE DIVISAS POR TURISMO EN 2003(millones de dólares)



Fuente: Organización Mundial del Turismo 2003.
 Elaboración: Autor.

Como se observa en el cuadro siguiente, el turismo es una actividad de importancia relativa en la economía de América Latina, debido a lo que esta actividad aporta al producto interno bruto de cada país, en el cuadro 2 se observa que el Ecuador se ubica en la posición decimo tercera con un importe de 750 millones de dólares lo que denota el poco apoyo que el sector recibe por parte del estado pese a que este realiza un importante aporte al PIB local. Actualmente el importe de la actividad turística al PIB nacional es de 6.60%.

CUADRO 1.2
IMPORTANCIA DEL TURISMO EN LAS ECONOMIAS DE AMERICA LATINA
PARTICIPACION DEL TURISMO EN EL PIB(%)



Fuente: Organización Mundial de Turismo 2006.
Elaboración: Autor.

1.2. Análisis de comportamiento del sector en los últimos años en Ecuador.

La variedad de paisajes, fauna, grupos étnicos y las numerosas posibilidades de realizar distintos tipos de turismo, ya sea ecológico, de aventura, de compras, de negocios o cultural hacen de Ecuador un destino turístico muy atractivo, sobre todo para visitantes europeos cuyos gustos actuales y tendencias se identifican con la oferta que Ecuador realiza hoy por hoy. La relativa estabilidad de la dolarización ha favorecido tanto el turismo externo como interno, a pesar de esto los ecuatorianos siguen prefiriendo destinos extranjeros, lugares que realizan notorias campañas de marketing y publicidad

ofreciendo paquetes interesantes, además por la infraestructura que estos destinos externos poseen.

El sector turístico ecuatoriano ha empezado a desarrollarse con fuerza hace muy poco, por lo que aún existe una gran necesidad de inversión para mejorar la infraestructura, los atractivos y la imagen del país a veces estereotipada o desconocida en muchos países, sobre todo europeos, debido a la cercanía de nuestro país a Colombia y la migración de compatriotas hacia el viejo continente.

El turismo en Ecuador se revela como un sector en constante crecimiento el cual emplea de forma directa a 72.106 personas y miles más de forma indirecta¹. En el 2005 llegaron al país aproximadamente 860.000 extranjeros, la mayor parte desde Colombia, Perú y Estados Unidos y, en menor proporción, desde Europa y en un número muy reducido de Asia, aunque se encuentran en aumento. Por otra parte el número de turistas que visitaron la capital del Ecuador subió de 282.745 en el 2002 a de 345.040 en el 2005², además, es preciso resaltar que las previsiones del Ministerio de Turismo para el 2010 es que Quito alcance el medio millón de turistas al año. Según el Banco Central del Ecuador, el año pasado (2007) el turismo generó 1.460 millones de dólares. A pesar de estos datos, se evidencia la imperativa necesidad de una fuerte campaña promocional para captar el interés de los turistas extranjeros y un mayor apoyo por parte del gobierno, en especial de las entidades relacionadas con el sector.

1. Banco Central del Ecuador, Cuadros de Cuentas Monetarias y Ministerio de Turismo del Ecuador, Cuadro de Estadísticas 2006.

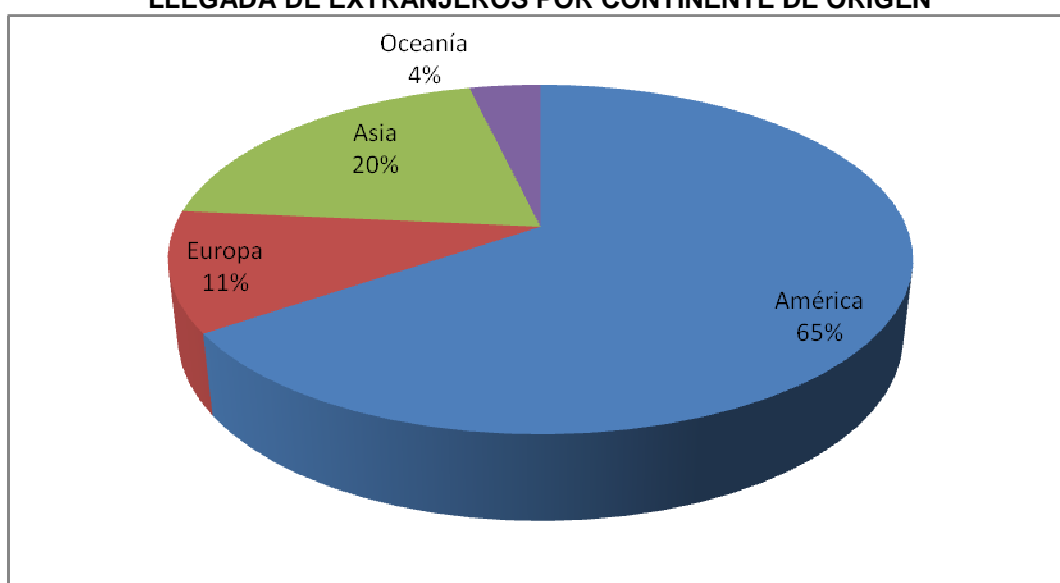
2. Corporación Metropolitana de Turismo, Boletín 2007.

3. Departamento de Estadísticas del Ministerio de Turismo del Ecuador, Cuadros de Estadísticas 2007.

Los principales mercados emisores de turismo para Ecuador, entre 2004-2006, fueron los países de América, entre ellos Perú con una participación del 24,4%, USA con 21,9% y Colombia con 19,1%. Por otra parte, el continente europeo

mantuvo una cuota relativamente significativa, puesto que la participación porcentual de visitantes procedentes de España fueron 4,6%, Reino Unido con 2,6%, Alemania fueron 2,4% y Francia con 1,5%, lo cual nos da un total de 11,1%, el porcentaje de turistas provenientes de países de Asia se ubicó en 20%, mientras que turistas provenientes del continente de Oceanía fue de apenas 4% de turistas llegados a Ecuador, estos datos se reflejan en el siguiente grafico.

GRAFICO 1.1
LLEGADA DE EXTRANJEROS POR CONTINENTE DE ORIGEN



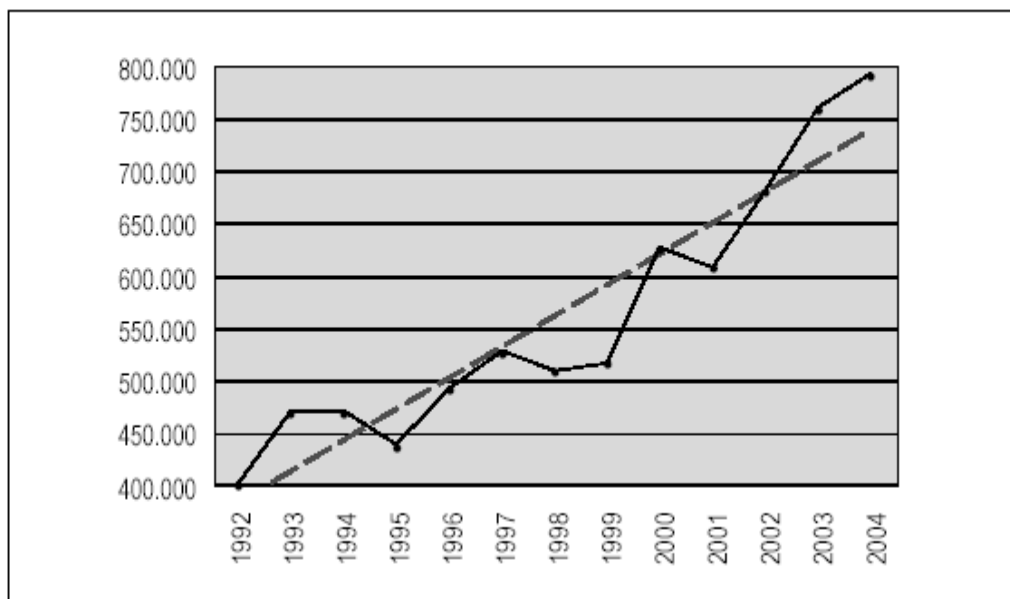
Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2006.
Elaboración: Autor.

Según un informe de la Dirección de Migración de la Policía, julio y agosto del 2006 fueron los meses de mayor cantidad de llegadas y arribos a aeropuertos, puertos marítimos y pasos fronterizos del país, manteniendo la tendencia, de crecimiento de años anteriores. Sin embargo, implica una reducción de 2,30% (19.798 visitantes menos) con relación al 2005, en el que ingresaron al país 860.784 turistas, esto significa que en el 2006 ingresaron 840.986 turistas. Se determinó que los años de mayor crecimiento en cuanto al turismo receptivo han sido 1996, 2000 y 2003. El 2006 se produjo una leve reducción en comparación con el 2005 y de manera interesante; noviembre fue el mes en el que menos turistas visitaron Ecuador con aproximadamente 27,5% menos en

comparación con el mismo mes en el 2005. Entre las razones que más podrían haber influido en esta reducción de turistas estarían la situación política nacional y la campaña por la presidencia. Históricamente los meses de julio y agosto son los más demandados por los turistas internacionales, debido a que estos son los meses de vacaciones de verano y de mejor clima para cualquier visita en especial en la parte de la sierra centro del país.

En el siguiente cuadro se puede observar el crecimiento del turismo durante los 12 años que contienen información completa. Se observa que a partir del 2001 existe un crecimiento sostenido, pero pese a esto es inferior al de otros países de la región.

CUADRO 1.3
EVOLUCION DEL ARRIBO DE TURISTAS AL ECUADOR
Evolución del arribo de turistas a Ecuador



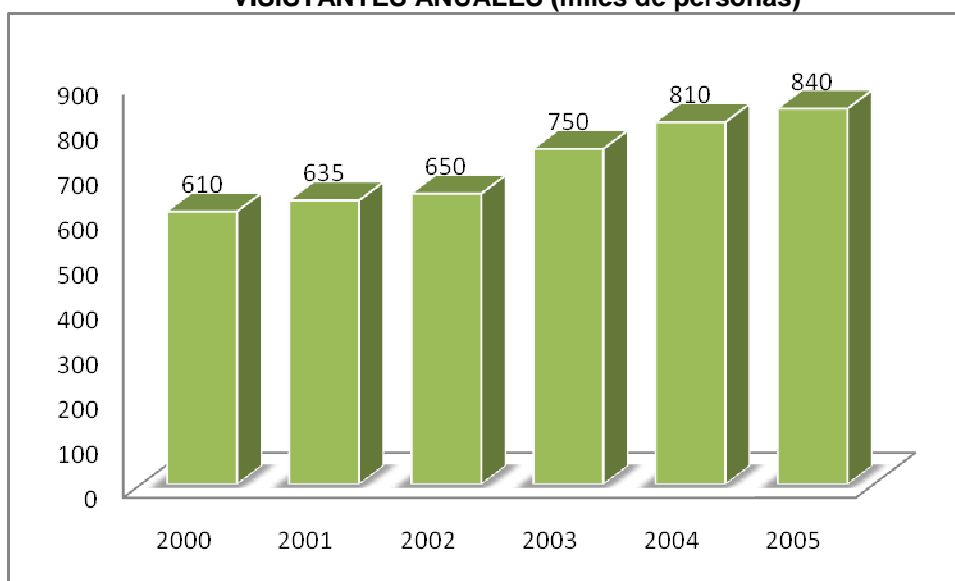
Fuente: Organización Mundial de Turismo 2005.

1.3. Proyecciones de crecimiento del sector.

El turismo es sin lugar a dudas un eje fundamental para la reactivación económica, la generación de empleo, la inversión local, el desarrollo de infraestructuras hoteleras, puertos marítimos y vías terrestres y fluviales; pero, sobre todo, un atractivo ingreso de divisas para Ecuador.

Según estimaciones, de la Dirección Nacional de Migración y el Ministerio de Turismo del Ecuador en el 2006 visitaron Ecuador aproximadamente 885.000 turistas, que generaron unos 1.422 millones de dólares. El número de turistas que llegan cada año va en aumento y para el 2010 las autoridades estiman que medio millón de personas visitarán la capital y alrededor de 1200.000 personas serán el total de turistas que ingresen al país.

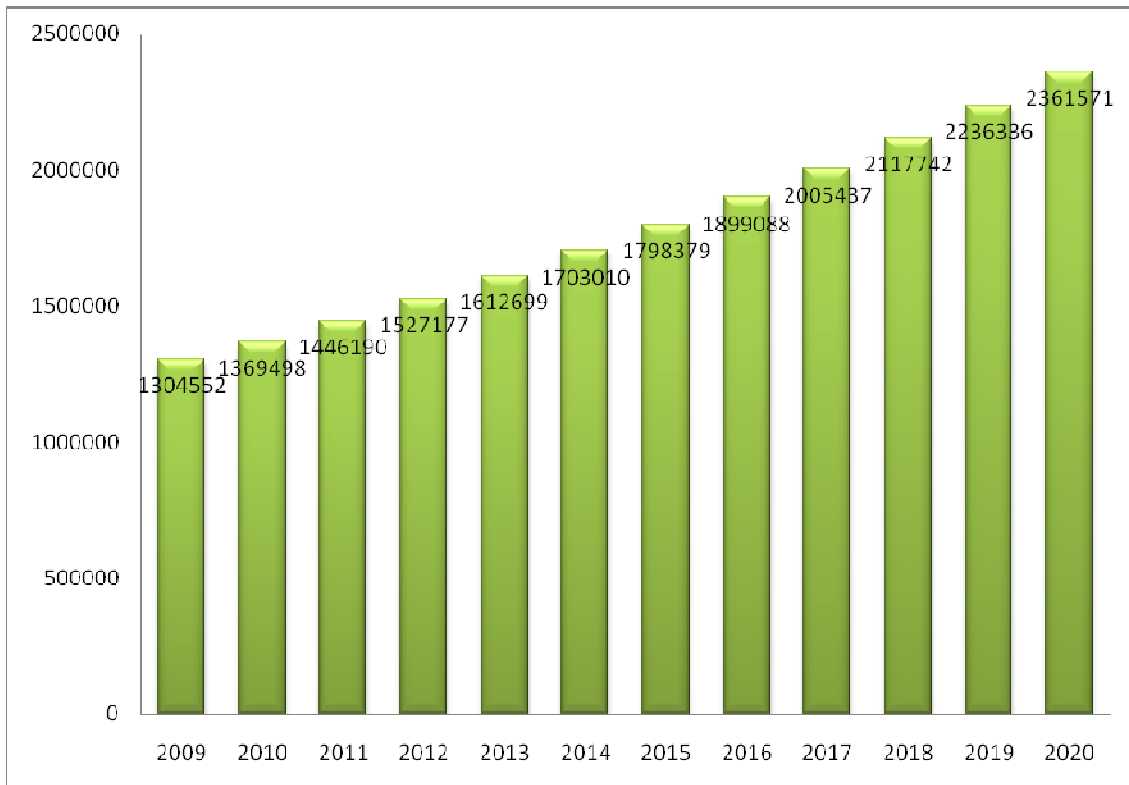
CUADRO 1.4
VISISTANTES ANUALES (miles de personas)



Fuente: Dirección Nacional de Migración 2005.
Elaborado: Autor.

La proyección que se tiene para los próximos años se basa en estadísticas del departamento de Migración de la Policía Nacional y del Ministerio de Turismo del Ecuador, gracias a esto se pudo construir el siguiente cuadro, donde se observa que el número de turistas crece alrededor de 4% cada año durante los próximos 10 años, que es el crecimiento que espera la World Travel Tourism Council que ocurra en el mundo entero en especial en países de Latino América.

CUADRO 1.5
PROYECCION DEL CRECIMIENTO DEL NUMERO DE PASAJEROS



Fuente: Ministerio de Turismo del Ecuador 2008.
Elaborado: Autor.

Con ese crecimiento que está basado en una pobre publicidad, pues no fue tomada en cuenta la publicidad que actualmente realiza el Ministerio de Turismo del Ecuador sobre todo en los mercados que el país ha determinado como nuevos y potenciales clientes, se puede observar que el turismo tiene un crecimiento muy interesante. Así que si se toma en cuenta el trabajo de marketing y promoción del país que el Ministerio realiza, se puede esperar un mayor crecimiento de lo proyectado, con lo que se cree que el turismo creará un mayor aporte al PIB de lo que realiza actualmente así que esta actividad se convertirá un una importante fuente creadora de empleos y divisas, así como un estupendo negocio.

Capítulo II

2.1. Análisis del macroentorno.

Para la realización del análisis del macroentorno se tomó en cuenta las fuerzas delineadas a continuación.

2.1.1.Fuerza Económica.

La economía ecuatoriana se encuentra evolucionando aunque pese a esto se pudo observar que esta es bastante débil, sabiendo que el PIB registró un crecimiento del 2.6% en relación al año 2006, llegando en el 2007 a un PIB de 4.10%⁴. La economía es altamente dependiente de factores externos como el precio del barril de petróleo el cual se encuentra sumamente inestable; la campaña presidencial en Estados Unidos, el valor cambiario del dólar frente al euro el cual se encuentra perdiendo valor a diario y el encarecimiento de todos los productos en especial los de primera necesidad, esto a nivel global.

Se pudo determinar que en cambio los factores internos que han incidido en la economía del país son las decisiones de la asamblea constituyente en lo que tiene que ver con nuevas leyes y con la nueva constitución del país, el desempleo que se ubica en 6,56% a julio 2008 el cual reduce el valor adquisitivo de la población en especial de este sector, pero también incide en los precios por la falta de circulante, la falta de una clara política económica ya que no se tiene certeza de qué desea el gobierno obtener con los cambios que propone y que ha implementado. La inflación que se encuentra situada en 7,72% al 31 de julio 2008 y persiste el alza incontrolable pese a varias decisiones de control de la

4. Departamento de Estadísticas del Banco Central.

misma (datos obtenidos del Banco Central del Ecuador) y los constantes roces políticos del Presidente, así como el aumento de la delincuencia en las grandes urbes y carreteras del país que ahuyentan la inversión extranjera.

Las razones antes mencionadas han promovido un alza de precios de todo tipo de servicios, bienes y alimentos, por lo que el Ecuador se ha

convertido en un país costoso y varios productos han perdido competitividad en mercados internacionales, esto debido también a que los países vecinos poseen moneda propia la cual pueden devaluar para mejorar su competitividad y el Ecuador no posee mas una moneda propia y depende de políticas monetarias ajenas a su realidad y en las que no puede ejercer influencia o control alguno el gobierno nacional.

En el siguiente cuadro se puede observar el cambio del PIB del año 2007 en relación al año 2006 y el PIB esperado para el año 2008.

CUADRO 2.6
CRECIMIENTO REAL DEL PIB ECUATORIANO

	Tasa de Crecimiento Real Del PIB	Cambio Porcentual
2006	4.70%	- 18.97%
2007	4.10%	-12.77%
2008	2.60%	

Fuente: Banco Central del Ecuador 2007.
Elaborado: Autor.

2.1.2.Fuerzas social, cultural, ambiental y demográfica.

En el presente proyecto se analizó que, debido a la privilegiada ubicación geográfica del país, este posee zonas de visita y observación sin igual, las cuales se pretende explotar, claro esto de forma responsable respetando el medio ambiente y a los habitantes de las zonas a visitar, inclusive tratando de incluir a estos últimos de alguna forma participativa para que así los turistas puedan a su vez observar la riqueza cultural que el país posee no solo en la ciudades y museos de estas, sino en todo el territorio y cuan diferentes y ricas son.

Se sabe que el Ecuador es un pueblo de carácter muy cálido y amable, de brazos abiertos, que sabe tratar de forma muy cordial al turista y que ha sabido dejar grata impresión en toda persona foránea que ha llegado al país, aunque en el caso del presente proyecto se debe tener en

consideración que debido a que la sociedad se encuentra dividida por razones o tendencias políticas suelen darse protestas masivas que impiden la libre circulación y generan cierto riesgo para los transeúntes, esto pese a que durante el presente gobierno han sido muy pocas las movilizaciones ciudadanas.

2.1.3.Fuerzas política, gubernamental y legal.

Las nuevas reformas en varias leyes especialmente en las que tienen que ver con la agricultura, tránsito, tributación y migración realizadas por la Asamblea Constituyente y los cambios que se proponen en varios órganos del estado, así como la reestructuración de la repartición de la riqueza del país deja ver que ocurren y ocurrirán cambios sustanciales que darán una nueva imagen al país y estas también obligarán a la sociedad a trabajar de mejor forma por el país. Para este proyecto el cambio de la ley de migración será un factor beneficioso ya que esto aumentará el número de turistas que ingresen al país por la facilidad que existirá⁵.

5. Asamblea Constituyente 2008.

2.1.4.Fuerzas Tecnológicas.

En el aspecto tecnológico se puede decir que el país presenta un atraso considerable ya que no es generador de nuevas tecnologías sino un copiator o importador de las mismas, lo cual le resta competitividad en varias áreas por el encarecimiento del valor de producción y del precio final de los productos, esto en relación a países vecinos o de la región. Tampoco existe una decisión o una política gubernamental para superar este aspecto negativo del país. Para el presente proyecto el uso de tecnología será mínimo, por lo que esta fuerza no tendrá un impacto sustancial.

2.1.5.Fuerzas Competitivas.

La fuerza competitiva que el país posee es baja y se ha visto comprometida en los últimos tiempos debido a la dependencia del Ecuador a políticas económicas foráneas así como la pérdida de poder adquisitivo del dólar frente al euro, así también como el encarecimiento de las materias primas. Pero en lo que tiene que ver al tema del proyecto, el Ecuador aun mantiene cierta fuerza competitiva y esto gracias a los atractivos que posee así como la nueva política de eliminación de visado para turistas y la facilidad del manejo de una moneda internacional, a lo que se suma una muy interesante infraestructura hotelera que ofrece una muy amplia gama de calidad, servicios y costos.

2.2.Análisis del sector turístico.

Para realizar un adecuado análisis del mercado turístico, primero se debe definir cual es el mercado del cual recepta el Ecuador los visitantes. El mercado receptor se encuentra enfocado principalmente en los países vecinos, es decir Colombia y Perú, y en uno de los países que mayor registro de turismo emisor posee en el mundo, Estados Unidos y aunque en Europa el poco conocimiento del Ecuador como un estupendo destino turístico ha influido a que sean pocos los turistas de esta parte del mundo que visitan el país, inclusive hoy en día se recepta un número considerable de turistas provenientes del Asia mercado en el que hace muy pocos años se ha incursionado.

Para anular este desconocimiento del país se comenzó hace algunos años a diseñar e implementar varios planes estratégicos de promoción turística con la creación del Fondo Mixto de Promoción Turística por parte de las entidades encargadas de manejar el turismo en el Ecuador, entidades como la CORPEI, el Ministerio de Turismo del Ecuador, la FENACAPTUR, y otras instituciones que decidieron trabajar sobre la creación de la marca país-producto Ecuador y

demostrar que esta viene bien acompañada por productos de calidad que le brinden al Ecuador una posición competitiva dentro de los países considerados como destinos turísticos⁶. Las entidades antes mencionadas también comenzaron a tener presencia en las mas importantes ferias turísticas del mundo, tales como FITE, FITUR, ITB, MILAN, ING y WTM, mediante estas ferias se ha logrado penetrar en mercados como el alemán, asiático y español.

2.3.Análisis FODA de la industria del turismo en Ecuador.

Se efectuó el análisis FODA del sector turístico ecuatoriano en base a datos obtenidos del Ministerio de Turismo, la Dirección de Migración de la Policía, la Corporación Metropolitana de Turismo del Municipio del Distrito Metropolitano de Quito.

6. Ministerio de Turismo del Ecuador, Departamento de promoción turística boletín enero 2008.

Amenazas:

- La alta dependencia del acceso aéreo al país y a ciertas ciudades y destinos de atracción.
- El acceso marítimo es todavía muy limitado y está destinado a una sola ciudad.
- Las conexiones internas vía aérea y terrestre tienen retrasos.
- Los horarios aéreos están muy definidos por razones de negocio y poco en función de las vacaciones.
- La baja calidad y mantenimiento de muchas carreteras.
- La difícil situación de Colombia, que genera una imagen negativa y afecta a la imagen conjunta de los países andinos.
- La dolarización, por la relativa alza en los precios turísticos, en referencia con los mercados vecinos.

- La agresividad promocional de países como Costa Rica, Perú, Brasil y Argentina, especialmente en la oferta de productos similares.

Oportunidades:

- La biodiversidad del país, una de las más importantes del mundo.
- Los recursos naturales, las cuatro zonas, los parques y áreas de reserva ecológica.
- La situación geográfica en la línea equinoccial, por la singularidad que le otorga, por sus consecuencias climáticas, horarias, etc.
- El tamaño del país, que facilita su visita completa aprovechando así su mega diversidad.
- Las previsiones de crecimiento del mercado turístico internacional, que se triplicará en los próximos 15 años y el aumento del turismo especializado el cual crece muy por encima del turismo general especialmente entre las personas de entre 21 y 45 años de edad.
- El interés por Ecuador detectado en el trade turístico internacional, muy especialmente en varios países europeos.

Debilidades:

- La promoción turística internacional de Ecuador, aun adolece de falta de estrategias agresivas de contenidos (marca turística, mensaje permanente) y de un nivel de inversión que no permite tener la cuota de voz necesaria para superar el desconocimiento sobre la oferta turística global que el país posee.
- La imagen internacional, que puede ser calificada de pobremente conocida y hasta de desconocimiento.
- La calidad de los servicios turísticos, arrojados por los resultados de las encuestas de valoración de alojamiento, restaurantes y transportes, esto según estudios de la oficina de economía y comercio de la embajada de España en Quito.

Fortalezas:

- La buena imagen de atención al visitante que tiene el pueblo ecuatoriano, hecho que se siente y se valora mucho, por parte del turista europeo.
- Los patrimonios naturales y culturales de la humanidad, en este aspecto pocos son los países que tienen esta riqueza tan diversa, concentrada en un espacio tan pequeño y de tan fácil visita.
- La satisfacción del turista actual. A pesar de algunos problemas específicos de servicios públicos y turísticos la evaluación global es positiva, lo que estimula la recomendación a familiares y amigos, que supone la principal fuente de motivación para la visita a un lugar desconocido.
- El Fondo Mixto de Promoción Turística. Este importante instrumento de gestión facilita el establecimiento y actuación de un Plan de Marketing de país y estimula la participación privada en el mismo.

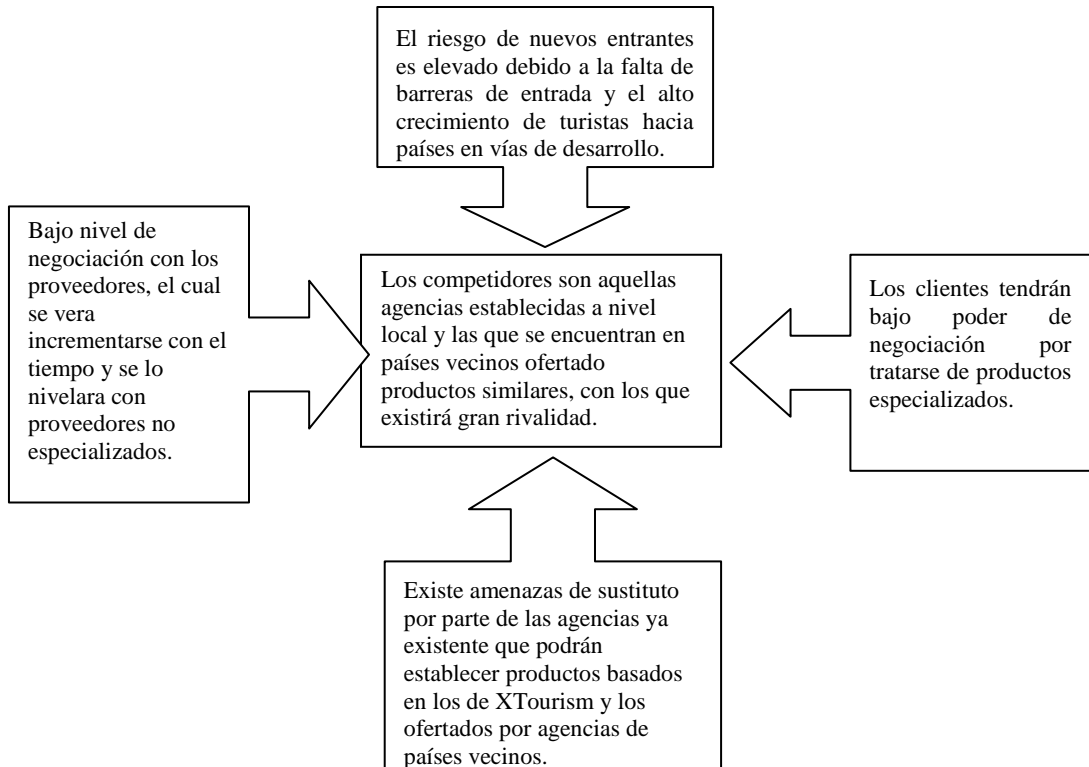
2.3.1. Formulación de estrategias a través de la matriz FODA.

	Fortalezas F	Debilidades D
Oportunidades O	Estrategias FO <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechamiento de los recursos naturales que brinda el país. 2. Explotar el interés demostrado por los turistas que reciben comentarios positivos de otros turistas que ya visitaron el país. 3. Proveer un excelente trato al turista presente y al futuro y 	Estrategias DO <ol style="list-style-type: none"> 1. Aprovechar la gran biodiversidad existente en el país y promoverla en el exterior mediante los turistas recibidos haciéndoles conocer lugares interesantes. 2. Crear una gran imagen internacional del Ecuador como destino de turismo de alta aventura.

	<p>mantener así la buena imagen del pueblo ecuatoriano ante el turista europeo, tomando en cuenta que el mercado turístico se incrementa considerablemente año a año.</p> <p>4. Promover que el fondo mixto de promoción turística publicite que debido a la situación geográfica del país este puede tener un aprovechamiento de visita sin igual.</p>	<p>3. Ofrecer un gran servicio de atención inyectándole una alta calidad proveyendo guías conocedores de los deportes ofertados.</p>
Amenazas A	<p>Estrategias FA</p> <p>1. Proporcionar buenos servicios y forzar a los proveedores de servicios tercerizados a mejorar sus servicios.</p> <p>2. Forzar a los entes responsables de publicitar al país a realizarlo de forma más agresiva y mejor.</p>	<p>Estrategias DA</p> <p>1. Pactar itinerarios aéreos con horarios adecuados para los turistas.</p> <p>2. Mejora constante de los servicios para que se refleje en una mejor promoción de boca en boca y contrarrestar la publicidad agresiva de otros países.</p>

2.3.2. Análisis del modelo de PORTER en torno a la industria del turismo en Ecuador.

A continuación se presenta el diagrama de las cinco fuerzas de Porter expresando lo más representativo de cada una de ellas.



Al aplicar el Modelo de Porter al sector de oferta turística en Ecuador se obtuvo el resultado detallado a continuación.

Nuevos Entrantes:

- Debido a lo rentable y pocas barreras de entrada pueden existir gran cantidad de nuevos entrantes.
- Por la creciente ola mundial de turistas hacia países en vías de desarrollo el mercado es muy atractivo.
- Por la escasez de agencias de turismo especializado.

Competidores:

- Todas aquellas agencias y operadores turísticos ya existentes en el país así como nuevos competidores.

- Agencias de países vecinos los cuales ya poseen mercado y tienen turismo de alta aventura ya desarrollado.

Proveedores:

- Bajo poder de negociación en un principio pues serán muy pocos los que provean ciertos bienes y servicios, pero se puede ganar poder con el paso del tiempo o compensar con los proveedores de otros servicios donde si existen varias opciones.

Clientes:

- Debido a la casi inexistencia de una agencia especializada en nuestros productos dentro del país tenemos la fortaleza para negociar con los clientes y prácticamente establecer el precio a nuestra conveniencia.
- Clientes especializados dispuestos a pagar altos precios por los servicios.
- Se debe tener cuidado con los clientes pues pueden optar por mercados vecinos donde la oferta sea mejor.

Productos Sustitutos:

- Los productos existentes no podrían ser considerados como sustitutos, debido a que los productos ofertados por XTourism son altamente especializados, completamente distintos y novedosos.
- Productos sustitutos se les puede considerar únicamente a los ofertados por países vecinos o a los que las nuevas agencias o las ya existentes puedan establecer al ver la respuesta existente a los productos ofertados por XTourism.

2.3.3. Estrategia para afrontar o aprovechar los resultados del modelo de PORTER.

A continuación se delinearán las estrategias más representativas elegidas para hacer frente a los puntos detallados en el modelo de Porter y así aprovechar la potencialidad que existe en el mercado y la falta de oferta, así también estas estrategias ayudarán a XTourism a aprovechar las falencias que han aparecido en el mercado y a estar preparada para hacer frente a situaciones similares.

Estrategia 1

Nuevos Entrantes:

Para nuevos entrantes no se podría hacer nada pues quien impone barreras de entrada es el mercado más no las empresas, así que lo que se puede hacer es trabajar sobre otras áreas y esperar que el gobierno sea quien imponga restricciones de entradas de nuevas agencias.

Una posible estrategia de entrada para combatir nuevos entrantes sería ofrecer productos nuevos e interesantes complementados con un extraordinario servicio al cliente y precios razonables.

Estrategia 2

Competidores:

Para poder hacer frente a los competidores ya existentes se pondrá en marcha una campaña de publicidad dirigida especialmente a las asociaciones deportivas relacionadas con los deportes que se ofrecerán como producto las cuales se localizan en países de Europa y Asia.

También se asistirá a las diferentes ferias especializadas en turismo, sobre todo a las ferias de FITUR (España), ITB (Alemania), MILÁN (Italia), ING (París) y se realizará alianzas estratégicas con operadores internacionales en los mercados que deseamos atacar.

Estrategia 3

Proveedores:

Debido a que existen proveedores de ciertos servicios que se hallan en número muy reducido o no son locales estos tiene gran poder y será difícil las negociaciones en un principio pero una vez que se haya establecido XTourism, se ubiquen mas proveedores y se haya realizado transacciones con estos proveedores, se podrán obtener mejores tratos.

Estrategia 4**Cientes:**

Podemos tener una gran ventaja en el mercado de oferta local, esto debido a la inexistencia de empresas proveedoras de los servicios que brindará XTourism, una razón por la cual la agencia quien tendrá el poder de negociación y los clientes no estarán en capacidad de negociar sino de aceptar las condiciones que XTourism Ecuador ofrecerá.

Se debe tomar en cuenta que debido a que los productos que se ofrecerán son altamente especializados y con un costo relativamente alto, los mismos están enfocados a personas o asociaciones deportivas que estén involucrados en los deportes que representan los productos que se ofrecerán o relacionadas de alguna forma con las asociaciones de sus países.

Estrategia 5**Productos Sustitutos:**

Debe tenerse mucho cuidado con el ofrecimiento de los paquetes ya que existen países vecinos que ofrecen el tipo de turismo similar al que se ofrecerá y podría ser que el costo de los mismos sean menor al que XTourism imponga en sus paquetes y también se sabe que los países vecinos han desarrollado mejor el turismo y ya poseen una gran parte del mercado.

Para combatir los productos sustitutos la mejor forma que se encontró es la oferta de mejores y revolucionarios productos que estén

acompañados por una excelente calidad de atención al turista, así como precios competitivos con otros ofertantes de la zona.

2.4.Estrategias del negocio.

Las estrategias que se presentan se han formulado a partir del análisis FODA y del Modelo de Porter. Estas servirán para un mejor funcionamiento de la agencia.

2.4.1.Clientes objetivos.

Luego de realizar un exhaustivo estudio basado en los países que mayor cantidad de adeptos a deportes extremos han generado, se pudo concluir que estos son los países nórdicos de Europa (Finlandia, Dinamarca, Suecia, Noruega), países céntricos como (Alemania), así como también los de la costa mediterránea (España, Italia, Francia y Grecia), pero también se ha tomado en cuenta una región con nuevos adeptos, que se encuentra en constante crecimiento, y es una zona altamente poblada y consumista, esta es Asia (China, Japón, Arabia Saudita y Turquía), y no se ha olvidado al país en el que por supuesto existe la mayor cantidad de adeptos a deportes extremos y no solo eso sino que aún continúa siendo el mayor mercado de turismo emisor, que es Estados Unidos. Este estudio se basó en revistas donde se demuestra la cantidad de participantes, así como datos obtenidos de ciertas asociaciones como también de la presencia de deportistas en eventos internacionales.

2.4.2.Definición del nicho de mercado.

Para poder definir el nicho de mercado que se desea atacar se tomó en cuenta el aspecto de la edad de los practicantes de deportes y se pudo observar que estos se encontraban entre 14 años y 32 años de edad, pero que el grupo oprimido a acceder a los paquetes ofertados por la agencia estarían entre 21 años y 32 años, esto sin excluir del todo a las personas menores a la edad base determinada sino que se establece la edad de 21 años debido a que es más fácil tratar con turistas ya con criterio formado y mayores de edad que podrán hacer uso de vehículos motores además los valores de las primas por seguro contra accidentes son menores y de más fácil accesibilidad y los mismos no necesitan autorizaciones especiales para la práctica de deportes o salida de sus países de origen.

Otro punto tomado en cuenta para la definición del mercado a atacar, fueron los recursos que los practicantes de los deportes ofrecidos en los paquetes de la agencia posean y esto se realizó en base a cifras obtenidas de forma local donde se observaron puntos como:

- Frecuencia de competencia.
- Cantidad de participantes.
- Cantidad de paseos al aire libre.
- Rutas recorridas.
- Gastos en los puntos antes mencionados.
- Gastos en vehículos.
- Gastos en equipos de seguridad.
- Frecuencia de sustitución de equipos de seguridad.
- Frecuencia de sustitución de vehículos.
- Asociaciones existentes.
- Gastos en seguros especializados.
- Frecuencia de accidentes.
- Intensidad de accidentes.
- Aceptación de los deportes.

Capítulo III

3.1. Estructuración de la empresa.

La empresa se estructurará a partir de los aportes que los socios realicen, para lo cual se han consideran puntos muy importantes tales como:

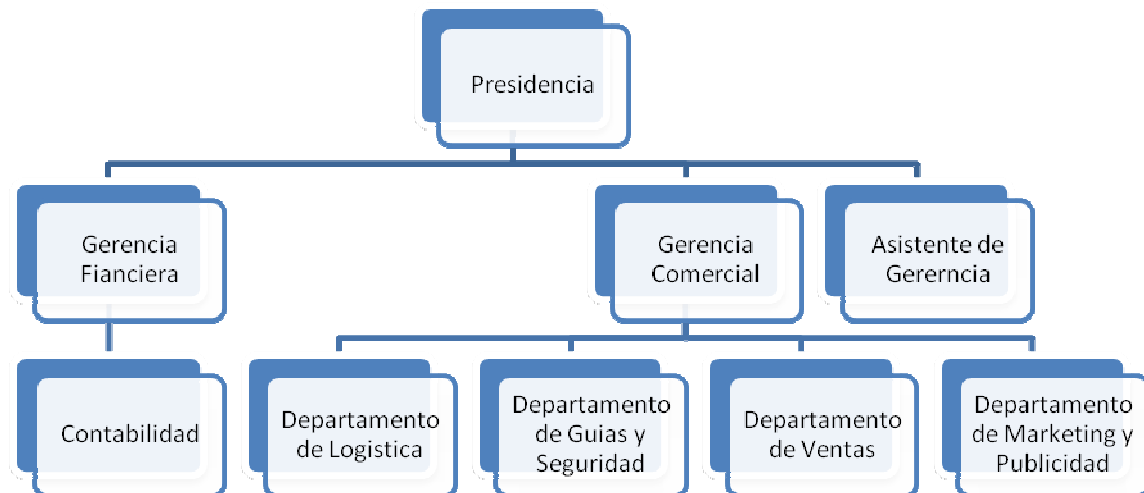
- Tamaño de la empresa.
- Equipamiento.
- Mercados a atacar.
- Proyección deseada.
- Rendimiento deseado.
- Futuro del negocio.
- Número de socios.
- Acciones comunes disponibles.
- Rendimiento ofertado.

La estructura piramidal que poseerá la empresa estará obligada a mantener una comunicación permanente entre departamentos y gerencias, así como también retroalimentación de todas las fases de desarrollo de estos y de todos los colaboradores de la misma.

La empresa se formará bajo el nombre de XTourism Ecuador S. A. y tendrá su sede en Quito desde donde regirá todas sus actividades. XTourism Ecuador S. A. estará estructurada de forma muy sencilla, lo cual facilitará su desenvolvimiento, maximizará el rendimiento de la misma y de la inversión realizada, esta estructuración se muestra en el siguiente organigrama.

DIAGRAMA 3.1

ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL DE XTOURISM ECUADOR S. A.



Elaboración: Autor.

En la estructura que se observa en el diagrama anterior existe una presidencia la cual será representate legal de la empresa así como la que regirá la misma; bajo el mando de esta se encontrarán: la gerencia financiera, que se encargará de todo lo que tiene que ver con el manejo financiero de XTourism Ecuador S.A., también bajo el mando de la presidencia se encontrará la gerencia comercial la cual estará a cargo del departamento de logística y movilización, así como la elaboración de alianzas estratégicas para la comercialización de los producto, de los equipos y vehículos así como la localización de las rutas mas adecuadas, de los guías, para lo cual se contratara los mejores elementos y se les brindara la adecuada preparación, bajo el mando de esta gerencia se ubicara también el departamento de ventas el cual estará encargado de realizar las ventas de los paquetes así como de la búsqueda de nuevos mercados y la penetración de XTourism en los mismos y también estará el departamento de marketing el cual se encargará de realizar todo lo necesario para dar a conocer la empresa y los productos que esta ofrecerá y de igual forma buscar nuevos mercados y estructurar las estrategias de penetración en estos.

3.2.Conformación de la empresa.

La empresa estará conformada en su gran mayoría por gente joven altamente comprometida con el desarrollo de nuevos y novedosos productos así como del diario impulso y sostenido de la empresa. Los colaboradores que formen parte de la empresa, serán personas debidamente preparadas y que mantendrán preparación y actualización de conocimientos de forma continua.

A pesar de que XTourism Ecuador S.A. estará compuesta mayormente por gente joven, no se dejará de lado a la gente de experiencia y edad que pueda aportar conocimiento y desempeño, de igual forma a personas con capacidades especiales que podrán contribuir con su trabajo en la empresa e integrarse a la sociedad productiva.

En lo que tiene que ver con las personas que ejercerán los papeles de guías y los conductores de los vehículos estos serán externos a la empresa pero debidamente capacitados y con un amplio conocimiento del campo en el cual se desenvolverán así como una preparación exhaustiva en primeros auxilios y uso de equipos tecnológicos.

Capítulo IV

4.1.Productos.

Para el diseño de los paquetes de aventura que XTourism Ecuador ofrecerá, se han tomado en cuenta varios aspectos dentro de los cuales se delinean a continuación los más relevantes:

- La popularidad que han ganado cada uno de los deportes que formarán parte de los paquetes de XTourism Ecuador S.A.
- Interés de los practicantes por nuevos destinos y nuevas rutas.
- Costos de los equipos.
- Facilidad de adaptación o formulación de rutas.
- Facilidad de acceso a las rutas y al Ecuador.
- Tiempo de permanencia del turista en el país.
- Atractivos naturales del país.
- Atractivos complementarios.
- La inexistencia del cambio de moneda.
- Costo de los paquetes en comparación a similares en otros países.

Posterior al análisis de los puntos previamente mencionados se definieron como deportes de extrema aventura que podrían ser acogidos en las rutas de Ecuador a los delineados a continuación.

- Aventura 4x4.
- Down Hill.
- Motociclismo modalidad Enduro.
- Cuadron modalidad Enduro.
- XRafting.

Estos son los cinco deportes que se incluirán en un principio en los paquetes que se promocionarán a través de las mayoristas y agencias de viaje de los países escogidos en un principio como mercados.

Los paquetes poseerán las características descritas en el cuadro 7, las cuales cumplirán normas de alta seguridad y calidad, así como también poseerán rutas a través de zonas de mucho interés y atractivos paisajes.

**CUADRO 4.7
CARACTERÍSTICAS ESPECÍFICAS DE LOS PAQUETES**

Identificación	Descripción	Rutas
Paq. Down Hill	Bicicleta Down Hill	
	Casco	
	Pechera	Guagua Pichincha
	Guantes	Banos
	Knee Patch	Ungui
	Guia	Diablo Colorado
	Alimentacion	Cotopaxi
	Transporte	
	Seguro de accidentes	
Paq. Aventura Todo Terreno	Vehiculo 4x4	Via Pedernales
	GPS	Via Papallacta
	Comunicacion	Mindo
	Guia-Piloto	Missagualli
	Alimentacion	Cayambe
	Transporte	Cotopaxi
	Seguro de accidentes	
Paq. Moto Enduro	Motocicleta 400cc	
	Casco	Perucho
	Pechera	Banos
	Guantes	Tocachi
	Knee Patch	San Pablo
	Guia	Cotopaxi
	Alimentacion	La Mana
	Transporte	
	Seguro de accidentes	

Paq. Cuadron Enduro	Cuadron 400cc	
	Casco	Perucho
	Pechera	Banos
	Guantes	Tocachi
	Knee Patch	San Pablo
	Guia	Cotopaxi
	Alimentacion	La Mana
	Transporte	
	Seguro de accidentes	
Paq. Rafting	Balsa o Kayak	
	Casco	
	Wet suit	Tena
	Chaleco salvavidas	Banos
	Guia	Rio Blanco
	Alimentacion	Missagualli
	Transporte	
	Seguro de accidentes	
Paq. Escalada Extrema	Casco	
	Arnes	
	Mochila	Cotopaxi
	Sleeping bag	Altar
	Tienda	Illinizas
	Guia	Sangay
	Alimentacion	
	Transporte	
	Seguro de accidentes	

Elaboración: Autor 2008.

Para el escogitamiento de las rutas señaladas en el cuadro 7 se consultó a expertos practicantes con lo que se puede certificar que las rutas son altamente seguras, de fácil acceso y con atractivo paisajístico muy interesante, además se observaron dichas rutas en los mapas geográficos y de carreteras para certificar lo expresado por los expertos así como para observar la fácil accesibilidad en caso de ser necesario un rescata o intervención en algún accidente.

Los equipos que también se indican en el cuadro serán suministrados por XTourism los cuales mantendrán siempre alta calidad y sanidad y los guías que acompañaran a cada tour serán los de mejor preparación y conocimiento en cada área.

Los productos que aquí se observan son los primeros pero no son estrictamente los únicos pues estos pueden variar y adaptarse a la demanda de los turistas así como también crearse nuevos paquetes con diferentes deportes aunque esto dependerá de la respuesta y sugerencias por parte de los turistas.

4.2.Estrategias de ventas.

Las estrategias de ventas que se han delineado para la venta de los paquetes que XTourism ofertará han sido fijadas de forma que sean claras, entendibles y fáciles de implementar. Las principales se delinean a continuación:

- Ofertar los paquetes a través de las asociaciones de los deportes que formarán parte de los paquetes ofertados y que se encuentran en los países que han sido seleccionados como mercado (Finlandia, Dinamarca, Suecia, Noruega, España, Francia, Grecia, Italia y Alemania), estos países en lo que tiene que ver a Europa, mientras que en Asia serán (China, Japón, Arabia Saudita y Turquía) y el gran emisor de turismo de aventura el cual se encuentra en el Norte de América (Estados Unidos).
- Se presentarán los paquetes de turismo a las agencias de viajes especializadas en turismo de aventura y extrema aventura, así como a mayoristas de turismo, con los que se trabajará mediante una página web de alta velocidad. Para la presentación de los paquetes se asistirá a las diferentes ferias turísticas y agendarse para las presentaciones y ruedas de negocios.
- Se realizará publicidad a través de revistas, programas de radio y televisión especializados en deportes extremos así como invitaciones a

afamados conductores de programas especializados en viajes y en turismo distinto.

- Publicitar la marca de la empresa en competencias de las especialidades en los países seleccionados como mercados.

De igual forma las estrategias como los paquetes de productos no son rígidos sino variables de acuerdo a las circunstancias que se puedan ir presentando, son modificables conforme avance el nombre de la empresa y también de acuerdo a lo que los clientes vayan solicitando y observando los resultados de la publicidad realizada así como el alcance que estas tengan.

Capítulo V

5.1. Inversiones.

Para reflejar las inversiones que se realizarán para la creación y operación de XTourism Ecuador S.A. se ha establecido el cuadro que podemos observar a continuación, donde constan equipos y vehículos.

CUADRO 5.8
CUADRO DE INVERSIONES DE XTOURISM ECUADOR S.A.

Equipamiento

Equipos:

Lap Top	u	3	\$980,00	\$2.940,00
GPS	u	2	\$360,00	\$720,00
Base Internet	u	1	\$56,00	\$56,00
Central Telefonica	u	1	\$500,00	\$500,00
Teléfonos Fijos	u	3	\$15,00	\$45,00
Teléfonos Celulares	u	3	\$210,00	\$630,00
Fax _Impresora	u	1	\$185,00	\$185,00
Handys	u	10	\$545,00	\$5.450,00
Muebles	global	1	\$6.300,00	\$6.300,00
Subtotal			\$16.826,00	

Equipos de Seguridad

Cascos	u	10	\$280,00	\$2.800,00
Pechera	u	10	\$150,00	\$1.500,00
Knee Patch	par	10	\$25,00	\$250,00
Guantes	pr	10	\$45,00	\$450,00
Googles	u	10	\$35,00	\$350,00
Pants	u	8	\$175,00	\$1.400,00
Shorts	u	3	\$160,00	\$480,00
Boots	par	15	\$280,00	\$4.200,00
Subtotal			\$11.430,00	

Vehículos

Moots	u	4	\$3.600,00	\$14.400,00
Cuadrones	u	2	\$3.900,00	\$7.800,00
Bicicletas	u	8	\$1.400,00	\$11.200,00
Subtotal			\$33.400,00	

TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$61.656,00
----------------------------	--------------------

5.2 Simulaciones de ventas.

Las simulaciones que se muestran en el cuadro siguiente muestran resultados esperados de acuerdo al sondeo realizado con aficionados y posibles turistas locales aunque los resultados son menores a las expectativas que se tienen con turistas extranjeros, pese a esto los resultados reflejados por las simulaciones no son despreciables, si sabemos que el mercado objetivo de XTourism Ecuador S.A. esta fuera del país.

**CUADRO 5.9
SIMULACIONES DE VENTAS**

AÑO	BIKE OUT 1 day		DOWN HILL 1 day		BIKE OUT 3 days		DOWN HILL 3 days		4X4 NIGHT	
	CANTIDAD	PRECIO US\$	CANTIDAD	PRECIO US\$	CANTIDAD	PRECIO US\$	CANTIDAD	PRECIO US\$	CANTIDAD	PRECIO US\$
0										
1	60	400,00	120	250,00	36	675,00	48	500,00	60	500,00
2	63	437,24	132	273,28	37	737,84	52	546,55	63	546,55
3	66	477,95	145	298,72	39	806,54	56	597,43	66	546,55
4	69	522,44	160	326,53	40	881,62	60	653,05	69	546,55
5	73	571,08	176	356,93	42	963,70	65	713,85	73	546,55
6	77	624,25	193	390,16	44	1.053,42	71	780,31	77	546,55
7	80	682,37	213	426,48	46	1.151,50	76	852,96	80	546,55
8	84	745,90	234	466,19	47	1.258,70	82	932,37	84	546,55
9	89	815,34	257	509,59	49	1.375,89	89	1019,18	89	546,55
10	93	891,25	283	557,03	51	1.503,98	96	1114,06	93	546,55

AÑO	XRAFTING 3 days		4X4 WEEKE		XRAFTING weeke		CUADRA OUT 1 day		CUADRA OUT 3 days	
	CANTIDAD	PRECIO US\$	CANTIDAD	PRECIO US\$	CANTIDAD	PRECIO US\$	CANTIDAD	PRECIO US\$	CANTIDAD	PRECIO US\$
0										
1	120	475,00	36	1.450,00	48	1.275,00	36	450,00	24	700,00
2	126	519,22	37	1585,00	50	1393,70	38	491,90	25	765,17
3	132	567,56	37	1732,56	52	1523,46	40	537,69	25	836,41
4	139	620,40	38	1893,86	54	1665,29	42	587,75	26	914,28
5	146	678,16	39	2070,18	56	1820,33	44	642,47	27	999,40
6	153	741,30	40	2262,91	58	1989,80	46	702,28	28	1092,44
7	161	810,31	41	2473,59	61	2175,05	48	767,67	29	1194,15
8	169	885,75	41	2703,88	63	2377,55	51	839,13	30	1305,32
9	177	968,22	42	2955,61	66	2598,90	53	917,26	30	1426,85
10	186	1058,36	43	3230,78	68	2840,86	56	1002,66	31	1559,69

Teniendo como resultado total de la proyección de ventas dentro del proyecto y estimada ya en dólares lo que se observa en el cuadro siguiente.

Cuadro 5.10
XTourism Ecuador
PROYECCION DE VENTAS

ANO	VALOR
0	
1	\$335.700,00
2	\$384.714,36
3	\$437.707,94
4	\$498.513,26
5	\$568.335,51
6	\$648.572,92
7	\$740.848,72
8	\$847.048,61
9	\$969.364,66
10	\$110.346,76

5.3 Generación de estados financieros.

Para la generación de los estados financieros se tomó en cuenta las simulaciones del cuadro 9 y de igual forma las inversiones base del cuadro 8

para así poder crear los cuadros que reflejan el estado de resultados, el balance general y el flujo de caja, todos estos proforma o esperados.

5.3.1 Estado de resultados.

ESTADO DE RESULTADOS

AÑO 1

GASTOS NOMINA	\$46.689,84	INGRESOS POR VTAS	\$335.700,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$75.272,70	COSTO DE VENTAS	(\$108.147,36)
GASTOS FINANCIEROS	\$304,34		
DEPRECIACIONES	\$8.567,06		
GASTOS DE COMERCIAL. Y VENTAS	\$66.796,73		
OTROS GASTOS	\$16.785,00		
AMORTIZACIONES	\$9.296,14		
TOTAL GASTOS	\$223.711,81		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$3.840,83		
15% PARTICIPACION TRAB.	(\$576,12)		
UTILIDAD DESPUES DE PART	\$3.264,71		
IMPUESTO RENTA	(\$816,18)		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	\$2.448,53		
TOTAL	\$227.552,64	TOTAL	227552,64

5.3.2 Balance general.

Xtourism Ecuador BALANCE GENERAL

AÑO 1

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	\$45.958,62	PORCION CTE.L.PLAZO	\$563,16
CUENTAS POR COBRAR	\$27.975,00	D. C. PLAZO	\$19.413,69
TOTAL CIRCULANTE	\$73.933,62	IVA RETENIDO	\$40.284,00
EQUIPOS	\$21.739,50	PASIVO CORRIENTE	\$60.260,84
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$6.300,00	DEUDA L. PLAZO	\$23.187,69
VEHICULOS	\$33.400,00	TOTAL PASIVO L.PLAZO	\$23.187,69
TOTAL ACTIVO FIJO	\$61.439,50	TOTAL PASIVO	\$83.448,53
DEPRECIACION ACUMULADA	(\$8.567,06)	PATRIMONIO	
ACTIVO FIJO NETO	\$52.872,45	CAPITAL	\$81.000,00
OTROS ACTIVOS		UTIL. DEL EJERCICIO	\$2.448,53
INVERSION PUBLICITARIA	\$42.000,00	TOTAL PATRIMONIO	\$83.448,53
GASTOS DE CONSTITUCION	\$4.172,90		
INTERESES	\$307,80		
AMORTIZACION ACUMULADA	(\$9.296,14)		
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$37.184,56		
	\$2.906,43		
TOTAL ACTIVOS	\$166.897,06	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO.	\$166.897,06

Conclusiones

- El presente proyecto no solo es interesante por los resultados obtenidos en el análisis financiero que se refleja en la sección de anexos, sino también debido a que está situado en una industria que presenta un interesante crecimiento a través del tiempo en el Ecuador, industria que es muy atractiva para la implementación de nuevos proyectos como el presente, así como por la introducción de productos no ofertados antes en el país y que en países vecinos han tenido gran éxito. Hay que destacar la promoción que el Ministerio de Turismo se encuentra realizando del país como destino turístico de aventura y naturaleza; por lo que este proyecto llegarían a ser muy atractivo para los turistas que buscan este tipo de combinación.
- Este estudio también demuestra, a través del análisis FODA, que el proyecto tiene una muy interesante oportunidad de triunfar al aplicar las estrategias que se han delineado en el Capítulo II y con las cuales se obtendrá gran provecho de lo que la industria del turismo brinda en el Ecuador, de las bondades de su situación geográfica, de los paisajes, de la fácil accesibilidad a las rutas seleccionadas y de la calidez de su gente.
- Podemos observar en los cuadros financieros presentados en el Capítulo V y otros más en la sección de anexos que el proyecto obtuvo relativamente buenos resultados, tales como las utilidades que tenemos US\$ 2449.53 en el primer año, US\$6219.80 para el segundo año donde se puede observar que se tiene un crecimiento del 153.5% y una tasa interna de retorno de 30.13%, la cual es bastante buena y mayor a la que se podría obtener en una inversión en la banca local, valores con los que se demuestra que el proyecto es una buena opción de inversión.
- En lo referente a la propuesta de productos en este proyecto de XTourism Ecuador, se puede observar que son muy interesantes pues

no ha existido ninguna otra empresa especializada en turismo que los haya ofertado antes en el país por lo que no ha sido explotada esta porción del mercado turístico en Ecuador, sin embargo hay personas que han llegado a practicarlos, principalmente invitadas por personas que realizan los deportes en Ecuador que ofertaremos como productos (Down Hill, Aventura Todo Terreno, Enduro de Moto y Cuadron y Rafting).

- Durante el estudio al realizar las comparaciones con los países vecinos que ofertan productos similares a los que XTourism Ecuador ofertara se pudo observar que los valores que se impondrían sobre los paquetes en Ecuador son superiores a los existentes en estos otros países y esto es debido a que el Ecuador posee una economía dolarizada lo cual ha ocasionado una escalada en los precios que a su vez influye en los precios ligeramente elevados de los paquetes a ofertar, pero a sabiendas de las bondades geográficas y de rutas que el país ofrece y que son sumamente atractivas se puede hacer ajustes para una baja en los mismos, para observar los precios de los paquetes a ofertar se puede referir al cuadro de simulación de ventas presente en el Capítulo V.
- Una conclusión muy interesante tiene que ver con las fuerzas culturales, pues el país es muy rico en estas y se puede acceder de forma rápida a varias de las mismas en un solo día; también estas están abiertas a recibir turistas y mostrarles su riqueza, lo cual sería muy atractivo para cualquier turista y a su vez variaría el tipo de turismo a uno del tipo inclusivo y participativo por parte de las comunidades que se encuentren en las rutas de los diferentes recorridos trazados para la práctica de los deportes ofertados en los paquetes y la promoción de nuestra riqueza cultural.

Recomendaciones

- ④ Es recomendable iniciar con mucha tranquilidad, pero buscando un crecimiento sostenido y un excelente desarrollo, para lo cual se recomienda buscar asociaciones estratégicas con agencias de viajes y representantes extranjeros ya establecidos y reconocidos así como asistir a las ferias y rondas de negocios de la industria del turismo mundial, y proporcionar el material publicitario necesario para la presentación y distribución del mismo por parte del Ministerio de Turismo del Ecuador en las diferentes ferias en las que el mismo organismo se encuentre participando.
- ④ Para el área comercial se recomienda buscar el asesoramiento de una empresa de marketing deportivo y turístico para así conseguir una mejor penetración en los mercados designados como nichos deseados.
- ④ Se recomienda brindar mayor seguridad por parte de los entes estatales correspondientes, debido a que se debe proteger a los turistas que lleguen al Ecuador para que así estos al volver a sus países de origen difundan sus positivas experiencias y así animen a otras personas a convertirse en turistas que escojan como destino al Ecuador .
- ④ Formar alianzas con el Ministerio de Turismo en especial con el departamento de promoción turística y la Asociación de Agencias de Viaje y Turismo del Ecuador, así como exigirle una mayor difusión del país como destino turístico por parte del Fondo Mixto de Promoción Turística, esto debido a que esta industria realiza un significativo aporte al PIB del país y por esta razón tiene una alta importancia económica y requiere de mayor desarrollo y apoyo para de organismos del estado.
- ④ Se recomienda mirar con mucha atención la economía mundial y en especial la de los países vecinos que son los competidores directos de este proyecto para así saber cómo se encontrarán los precios de

XTourism Ecuador frente a los de los competidores ya que debido a la crisis mundial existirá una disminución en la emisión de turismo desde todos los países.

ANEXOS

ANEXO 1

CUADRO Nº 1
XTourism Ecuador
FINANCIAMIENTO DE INVERSION

FUENTE	VALOR	%
CAPITAL	\$ 81.000,00	76,92%
CREDITO	\$ 24.300,00	23,08%
TOTAL	\$ 105.300,00	100,00%

COSTO PONDERADO DEL CAPITAL

	TASAS DE INTERES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
CAP. PROPIO		\$ 83.448,53	\$ 87.218,80	\$ 104.133,87	\$ 127.720,64	\$ 161.462,47
CRED. LARGO PLAZO	15,20%	\$ 23.187,69	\$ 22.610,18	\$ 22.017,94	\$ 21.410,61	\$ 21.012,58
CRED. CORTO PLAZO	1,27%		\$ 17.865,38	\$ 28.998,74	\$ 45.881,10	\$ 71.626,81
	\$ 113.300,00	\$ 3.794,93	\$ 3.524,53	\$ 3.663,04	\$ 3.714,04	\$ 3.835,57
COSTO PROMEDIO PONDERADO CAP.	0,03	0,03	0,03	0,02	0,02	0,02
		\$ 106.636,22	\$ 127.694,36	\$ 155.150,56	\$ 195.012,35	\$ 254.101,85

ANEXO 2

CUADRO Nº 2
XTourism Ecuador
INVERSIONES

RUBRO	VALOR
EQUIPOS	\$ 21.739,50
MUEBLES/EQ. DE OFICINA	\$ 6.300,00
VEHICULOS	\$ 33.400,00
CAPITAL DE TRABAJO	\$ 16.436,27
INVERSION PUBLICITARIA	\$ 42.000,00
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 4.172,90
INTERESES	\$ 307,80
TOTAL	\$ 124.356,47

CUADRO Nº 3
XTourism Ecuador
GASTOS GENERALES ANUALES

RUBRO	VALOR
ARRIENDOS	\$6.840,00
FONO/LUZ/AGUA	\$1.920,00
GUARDIANIA	\$720,00
MANT. EQUIPOS	\$2.608,74
MANT. VEHICULOS	\$12.024,00
GAST. SEGUROS	\$9.159,96
GAST. DE PUBLICIDAD	\$42.000,00
TOTAL	\$75.272,70

ANEXO 3

CUADRO Nº 4
XTourism Ecuador
NOMINA DEL PERSONAL (US\$)

CARGO	SUELDO NOMINAL	BASICO ANUAL	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	SUBSIDIO TRAP.	APORTE IESS	CST. TOTAL ANUAL	RATIO	Nº PERSONAS
GERENTE	\$1.000,00	\$12.000,00	\$1.000,00	\$121,92	\$10,00	\$1.302,00	\$14.433,92	\$1,20	1
VENEDORES	\$400,00	\$4.800,00	\$400,00	\$121,92	\$10,00	\$520,80	\$5.852,72	\$1,22	4
CONTADOR	\$350,00	\$4.200,00	\$350,00	\$121,92	\$10,00	\$455,70	\$5.137,62	\$1,22	1
SECRETARIA	\$250,00	\$3.000,00	\$250,00	\$121,92	\$10,00	\$325,50	\$3.707,42	\$1,24	1
TOTAL	\$ 2.000,00	\$ 24.000,00	\$ 2.000,00	\$ 487,68	\$ 40,00	\$ 2.604,00	\$ 29.131,68	\$ 4,88	7
CARGO	TOTAL	AÑO 2	TOTAL AÑO 2	AÑO 3	TOTAL AÑO 3	AÑO 4	TOTAL AÑO 4	AÑO 5	TOTAL AÑO 5
GERENTE	\$14.433,92	1	\$14.433,92	1	\$14.433,92	1	\$14.433,92	1	\$14.433,92
VENEDORES	\$23.410,88	4	\$23.410,88	4	\$23.410,88	4	\$23.410,88	4	\$23.410,88
CONTADOR	\$5.137,62	1	\$5.137,62	1	\$5.137,62	1	\$5.137,62	1	\$5.137,62
SECRETARIA	\$3.707,42	1	\$3.707,42	1	\$3.707,42	1	\$3.707,42	1	\$3.707,42
TOTAL	\$46.689,84	7	\$46.689,84	7	\$46.689,84	7	\$46.689,84	7	\$46.689,84
CARGO	AÑO 6	TOTAL AÑO 6	AÑO 7	TOTAL AÑO 7	AÑO 8	TOTAL AÑO 8	AÑO 9	TOTAL AÑO 9	AÑO 10
GERENTE	1	\$14.433,92	1	\$14.433,92	1	\$14.433,92	1	\$14.433,92	1
VENEDORES	4	\$23.410,88	4	\$23.410,88	4	\$23.410,88	4	\$23.410,88	4
CONTADOR	1	\$5.137,62	1	\$5.137,62	1	\$5.137,62	1	\$5.137,62	1
SECRETARIA	1	\$3.707,42	1	\$3.707,42	1	\$3.707,42	1	\$3.707,42	1
TOTAL	7	\$46.689,84	7	\$46.689,84	7	\$46.689,84	7	\$46.689,84	7
CARGO	TOTAL AÑO 10								
GERENTE	\$14.433,92								
VENEDORES	\$23.410,88								
CONTADOR	\$5.137,62								
SECRETARIA	\$3.707,42								
TOTAL	\$46.689,84								

ANEXO 4

CUADRO N° 5
XTourism Ecuador
TABLA DE AMORTIZACION DEL CREDITO

MONTO USD.		\$ 24.300,00		PLAZO		5 años	
TASA INTERES		15,20%		PAG. ANUALES		12 pagos	
PERIODO	INTERES	PRINCIPAL	SERVICIO	SALDO			
0							\$ 24.300,00
1	\$ 307,80	\$ 272,85	\$ 580,65				\$ 24.027,15
2	\$ 304,34	\$ 276,31	\$ 580,65				\$ 23.750,84
3	\$ 300,84	\$ 279,81	\$ 580,65				\$ 23.471,04
4	\$ 297,30	\$ 283,35	\$ 580,65				\$ 23.187,69
5	\$ 293,71	\$ 286,94	\$ 580,65				\$ 22.900,75
6	\$ 290,08	\$ 290,57	\$ 580,65				\$ 22.610,18
7	\$ 286,40	\$ 294,25	\$ 580,65				\$ 22.315,92
8	\$ 282,67	\$ 297,98	\$ 580,65				\$ 22.017,94
9	\$ 278,89	\$ 301,76	\$ 580,65				\$ 21.716,19
10	\$ 275,07	\$ 305,58	\$ 580,65				\$ 21.410,61
11	\$ 271,20	\$ 309,45	\$ 580,65				\$ 21.101,16
12	\$ 267,28	\$ 313,37	\$ 580,65				\$ 20.787,79
13	\$ 263,31	\$ 317,34	\$ 580,65				\$ 20.470,46
14	\$ 259,29	\$ 321,36	\$ 580,65				\$ 20.149,10
15	\$ 255,22	\$ 325,43	\$ 580,65				\$ 19.823,67
16	\$ 251,10	\$ 329,55	\$ 580,65				\$ 19.494,12
17	\$ 246,93	\$ 333,72	\$ 580,65				\$ 19.160,40
18	\$ 242,70	\$ 337,95	\$ 580,65				\$ 18.822,45
19	\$ 238,42	\$ 342,23	\$ 580,65				\$ 18.480,21
20	\$ 234,08	\$ 346,57	\$ 580,65				\$ 18.133,65
21	\$ 229,69	\$ 350,96	\$ 580,65				\$ 17.782,69
22	\$ 225,25	\$ 355,40	\$ 580,65				\$ 17.427,29
23	\$ 220,75	\$ 359,90	\$ 580,65				\$ 17.067,38
24	\$ 216,19	\$ 364,46	\$ 580,65				\$ 16.702,92
25	\$ 211,57	\$ 369,08	\$ 580,65				\$ 16.333,84
26	\$ 206,90	\$ 373,75	\$ 580,65				\$ 15.960,09
27	\$ 202,16	\$ 378,49	\$ 580,65				\$ 15.581,60
28	\$ 197,37	\$ 383,28	\$ 580,65				\$ 15.198,32
29	\$ 192,51	\$ 388,14	\$ 580,65				\$ 14.810,18
30	\$ 187,60	\$ 393,05	\$ 580,65				\$ 14.417,13
31	\$ 182,62	\$ 398,03	\$ 580,65				\$ 14.019,09
32	\$ 177,58	\$ 403,07	\$ 580,65				\$ 13.616,02
33	\$ 172,47	\$ 408,18	\$ 580,65				\$ 13.207,84
34	\$ 167,30	\$ 413,35	\$ 580,65				\$ 12.794,49
35	\$ 162,06	\$ 418,59	\$ 580,65				\$ 12.375,90
36	\$ 156,76	\$ 423,89	\$ 580,65				\$ 11.952,02
37	\$ 151,39	\$ 429,26	\$ 580,65				\$ 11.522,76
38	\$ 145,95	\$ 434,69	\$ 580,65				\$ 11.088,06
39	\$ 140,45	\$ 440,20	\$ 580,65				\$ 10.647,86
40	\$ 134,87	\$ 445,78	\$ 580,65				\$ 10.202,09
41	\$ 129,23	\$ 451,42	\$ 580,65				\$ 9.750,66
42	\$ 123,51	\$ 457,14	\$ 580,65				\$ 9.293,52
43	\$ 117,72	\$ 462,93	\$ 580,65				\$ 8.830,59
44	\$ 111,85	\$ 468,80	\$ 580,65				\$ 8.361,79
45	\$ 105,92	\$ 474,73	\$ 580,65				\$ 7.887,06
46	\$ 99,90	\$ 480,75	\$ 580,65				\$ 7.406,31
47	\$ 93,81	\$ 486,84	\$ 580,65				\$ 6.919,48
48	\$ 87,65	\$ 493,00	\$ 580,65				\$ 6.426,48
49	\$ 81,40	\$ 499,25	\$ 580,65				\$ 5.927,23
50	\$ 75,08	\$ 505,57	\$ 580,65				\$ 5.421,66
51	\$ 68,67	\$ 511,98	\$ 580,65				\$ 4.909,68
52	\$ 62,19	\$ 518,46	\$ 580,65				\$ 4.391,22
53	\$ 55,62	\$ 525,03	\$ 580,65				\$ 3.866,19
54	\$ 48,97	\$ 531,68	\$ 580,65				\$ 3.334,52
55	\$ 42,24	\$ 538,41	\$ 580,65				\$ 2.796,10
56	\$ 35,42	\$ 545,23	\$ 580,65				\$ 2.250,87
57	\$ 28,51	\$ 552,14	\$ 580,65				\$ 1.698,73
58	\$ 21,52	\$ 559,13	\$ 580,65				\$ 1.139,60
59	\$ 14,43	\$ 566,21	\$ 580,65				\$ 573,39
60	\$ 7,26	\$ 573,39	\$ 580,65				\$ -

ANEXO 5

CUADRO Nº 6
XTourism Ecuador
FLUJO DE EFECTIVO

AÑO	INVERSION	COSTO OPERATIVO	INTERESES	PARTICIPACION TRABAJADORES	IMPUESTO RENTA	INGRESOS	FLUJO DESP. PART. E IMP.	FLUJO OPER. ANTES PART. E IMP.
0	\$ 105.300,00						\$ -105.300,00	\$ -105.300,00
1		\$ 313.995,97	\$ 304,34	\$ 576,12	\$ 816,18	\$ 335.700,00	\$ 20.311,72	\$ 22.008,37
2		\$ 357.096,19	\$ 844,05	\$ 1.463,25	\$ 2.072,93	\$ 384.714,36	\$ 24.081,99	\$ 28.462,22
3		\$ 397.152,13	\$ 810,08	\$ 3.403,89	\$ 4.822,18	\$ 437.707,94	\$ 32.329,74	\$ 41.365,90
4		\$ 443.651,22	\$ 936,38	\$ 5.549,83	\$ 7.862,25	\$ 498.513,26	\$ 41.449,96	\$ 55.798,42
5		\$ 497.543,96	\$ 1.135,13	\$ 7.939,25	\$ 11.247,28	\$ 568.335,51	\$ 51.605,02	\$ 71.926,68
6		\$ 566.573,02	\$ 1.445,76	\$ 11.014,93	\$ 15.604,48	\$ 648.572,92	\$ 55.380,50	\$ 83.445,66
7		\$ 632.271,56	\$ 1.429,88	\$ 15.001,52	\$ 21.252,15	\$ 740.848,72	\$ 72.323,50	\$ 110.007,04
8		\$ 716.108,97	\$ 1.421,79	\$ 18.355,89	\$ 26.004,17	\$ 847.048,61	\$ 86.579,58	\$ 132.361,43
9		\$ 813.555,36	\$ 1.405,30	\$ 22.086,34	\$ 31.288,98	\$ 969.364,66	\$ 102.433,99	\$ 157.214,60
10		\$ 926.938,10	\$ 1.388,39	\$ 26.226,24	\$ 37.153,84	\$ 1.110.346,76	\$ 120.028,57	\$ 184.797,04
TIR ANTES DE PARTICIPACION DE TRABAJADORES E IMPUESTOS								43,39%
TIR DESPUES DE PARTICIPACION E IMPUESTOS							34,67%	
VALOR ACTUAL NETO AL				3,35%			\$ 378.169,46	\$ 597.351,05
RELACION BENEFICIO CST ANTES DE PART. DE TRABAJADORES E IMP.						1,08	1,13	

ANEXO 6

CUADRO Nº 7
XTourism Ecuador
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AÑO 0

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	\$ -2.620,20	PORCION CTE.L.PLAZO	\$ 549,16
TOTAL CIRCULANTE FIJO	\$ -2.620,20	PASIVO CORRIENTE	\$ 549,16
EQUIPOS	\$ 21.739,50	DEUDA L. PLAZO	\$ 23.750,84
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$ 6.300,00	TOTAL PASIVO L.PLAZO	\$ 23.750,84
VEHICULOS	\$ 33.400,00	PATRIMONIO	
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 61.439,50	CAPITAL	\$ 81.000,00
OTROS ACTIVOS		TOTAL PATRIMONIO	\$ 81.000,00
INVERSION PUBLICITARIA	\$ 42.000,00		
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 4.172,90		
INTERESES	\$ 307,80		
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 46.480,70		
TOTAL ACTIVOS	\$ 105.300,00	TOTAL PASIVO Y PAT.	\$ 105.300,00

CUADRO Nº 8
XTourism Ecuador
ESTADO DE BALANCE
AÑO 1

ACTIVO		PASIVO	
DISPONIBLE	\$ 45.958,62	PORCION CTE.L.PLAZO	\$ 563,16
CUENTAS POR COBRAR	\$ 27.975,00	D. C. PLAZO	\$ 19.413,69
TOTAL CIRCULANTE	\$ 73.933,62	IVA RETENIDO	\$ 40.284,00
EQUIPOS	\$ 21.739,50	PASIVO CORRIENTE	\$ 60.260,84
MUEBLES Y EQ. DE OFICINA	\$ 6.300,00	DEUDA L. PLAZO	\$ 23.187,69
VEHICULOS	\$ 33.400,00	TOTAL PASIVO L.PLAZO	\$ 23.187,69
TOTAL ACTIVO FIJO	\$ 61.439,50	TOTAL PASIVO	\$ 83.448,53
DEPRECIACION ACUMULADA	\$ -8.567,06	PATRIMONIO	
OTROS ACTIVOS		CAPITAL	\$ 81.000,00
INVERSION PUBLICITARIA	\$ 42.000,00	UTIL. DEL EJERCICIO	\$ 2.448,53
GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 4.172,90	TOTAL PATRIMONIO	\$ 83.448,53
INTERESES	\$ 307,80		
AMORTIZACION ACUMULADA	\$ -9.296,14		
TOTAL OTROS ACTIVOS	\$ 37.184,56		
TOTAL ACTIVOS	\$ 166.897,06	TOTAL PASIVO Y PAT.	\$ 166.897,06

ANEXO 7

CUADRO N° 9
ESTADO DE RESULTADOS

GASTOS		INGRESOS	
GASTOS NOMINA	\$ 46.689,84	INGRESOS POR VTAS	\$ 335.700,00
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 75.272,70	COSTO DE VENTAS	\$ -108.147,36
GASTOS FINANCIEROS	\$ 304,34		
DEPRECIACIONES	\$ 8.567,06		
GAST. COMERCIALES/VENTAS	\$ 66.796,73		
OTROS GASTOS	\$ 16.785,00		
AMORTIZACIONES	\$ 9.296,14		
TOTAL GASTOS	\$ 223.711,81		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 3.840,83		
15% PARTICIPACION TRAB.	\$ -576,12		
UTILIDAD DESPUES DE PART	\$ 3.264,71		
IMPUESTO RENTA	\$ -816,18		
UTILIDAD DESPUES DE IMPTO	\$ 2.448,53		
TOTAL	\$ 227.552,64	TOTAL	\$ 227.552,64

ANEXO 8

CUADRO Nº 10
XTourism Ecuador
INDICES FINANCIEROS DE LA COMPAÑÍA

INDICES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
LIQUIDEZ	1,23	1,54	1,79	1,99	2,11
PRUEBA ACIDA	1,23	1,54	1,79	1,99	2,11
APALANCAMIENTO FINANCIERO	2,00	2,00	2,00	2,00	2,05
RENT. SOBRE PATRIMONIO	0,03	0,08	0,16	0,23	0,26
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO	0,50	0,50	0,50	0,50	0,49
ENDEUDAMIENTO DEL ACTIVO FIJO	1,58	1,97	2,91	4,70	8,68
ENDEUDAMIENTO PATRIMONIAL	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
ROTACION DE CARTERA	12,00	12,00	12,00	12,00	12,00
ROTACION DE ACTIVO FIJO	6,35	8,68	12,25	18,35	30,55
ROTACION DE VENTAS	2,01	2,21	2,10	1,95	1,72
PERIODO MEDIO DE COBRANZAS	61,18	30,42	30,42	30,42	30,42
IMPCT. DE LA CARGA FINANCIERA	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
MARGEN BRUTO	1,32	1,33	1,34	1,34	1,35
PATRIMONIO	\$ 83.448,53	\$ 87.218,80	\$ 104.133,87	\$ 127.720,64	\$ 161.462,47
ACTIVO TOTAL	\$ 166.897,06	\$ 174.437,59	\$ 166.897,06	\$ 208.267,74	\$ 255.441,27
PASIVO CORRIENTE	\$ 60.260,84	\$ 64.608,62	\$ 82.115,93	\$ 106.310,03	\$ 140.449,89

Bibliografía:

1.MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador, Estadísticas "Entradas y salidas de turistas" 2000-2004.

2.MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR Sistema de Estadísticas Turísticas del Ecuador, Estadísticas "Llegada de turistas internacionales" 1998-2002.

3.MINISTERIO DE TURISMO DEL ECUADOR Departamento de Relaciones Comerciales, Estadísticas "Incoming Tourists to Ecuador" 2006.

4.SUBDIRECCION DE TURISMO Instituto Distrital de Cultura y Turismo "FITE" 2005.

5.OFICINA ECONOMICA Y COMERCIAL DE LA EMBAJADA DE ESPANA EN QUITO Instituto Español de Comercio Exterior "El Turismo en Ecuador" 2007.

6.PEARSON EDUCATION, INC. Robbins/Coulter, "Administración", Octava Edición, 2005.

7.Mc GRAW HILL Kunthz, "Administración una Perspectiva Global",2003.

8.Mc GRAW HILL Bateman, "Administración por Competencias",2006.

9.Mc GRAW HILL Mochon, "Principios de Economía ", 2005.

10.PEARSON PRENTICE HALL Nassir Sapag Chain, "Proyectos de Inversión Formulación y Evaluación", 2005.

11.Mc GRAW HILL Irwin McGraw-Hill, "Administración Una Ventaja Competitiva", 2004.

12.GRUPO EDITORIAL NORMA Arturo Infante Villarreal, "Evaluación Financiera de Proyectos de Inversión", 1995.

13.Mc GRAW HILL Irwin McGraw-Hill, “Administración Una Ventaja Competitiva”, 2004.